

Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115506008>

CA1
DB60
— A56

Government
Publication

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY



**CANADIAN
TURKEY**



ANNUAL REPORT

1984

ELEVENTH ANNUAL REPORT
of the
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

for Presentation to

The Minister of Agriculture
The Honourable John Wise

The National Farm Products
Marketing Council

and the

Eleventh Annual Turkey Producers' Meeting

Tuesday, March 12, 1985
Quebec City, Quebec

1964 OFFICERS AND DIRECTORS

TABLE OF CONTENTS

	<u>Page</u>
Officers and Directors	1
Agenda for Eleventh Annual Meeting	2
Chairman's Report	3
General Manager's Report	5
Financial Report	7
Economic Director's Report	15

1984 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman	- Mr. William Christmas	Manitoba
Vice-Chairman	- Mr. Dennis Billo	Saskatchewan
Executive Member	- Mr. Arthur Roder	Ontario
Director	- Mr. Walter Redekop	British Columbia
Director	- Mr. Dale Enarson	Alberta
Director	- Mr. Laurent Mercier	Quebec
Director	- Mr. Malcolm Sprague	New Brunswick
Director	- Mr. John de Graaf	Nova Scotia

1984 CTMA STAFF

Mr. Kenneth Crawford	- General Manager
Mrs. Margaret Krowchuk	- Administrative Assistant
Mr. Philip Boyd	- Director of Economic Research
Mr. Stan Skruch	- Market Analyst
Miss Marie Fahey	- Promotion and Research Coordinator
Mrs. Lise Turner	- Executive Secretary
Ms. Marilyn Davidson	- Market Research Assistant

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

ELEVENTH ANNUAL MEETING

MARCH 12, 1985 - 2:00 P.M.

BEAUFORT BEAUMONT ROOM

HILTON HOTEL, QUEBEC CITY, QUEBEC

A G E N D A

1. Call to Order
2. Approval of Agenda
3. Introductions
4. Confirmation of Voting Members
5. Approval of Minutes of Tenth Annual Meeting
6. Chairman's Report
7. General Manager's Report
8. Auditors' Report
9. Economic Director's Report
10. National Farm Products Marketing Council
11. Guest Speaker - "Industry Perspective" - D.G. McKenzie, CPEPC
12. Other Business
13. Date for Twelfth Annual Meeting
14. Adjournment of Eleventh Annual Meeting
15. Directors Meeting (Election of Officers)

CHAIRMAN'S REPORT TO THE
ELEVENTH CTMA ANNUAL MEETING

It is a pleasure as your Chairman to report to this Eleventh Annual Meeting on the achievements and some of the disappointments experienced throughout 1984.

It was a year in which the administrative anomalies that counter the effective operation of a sound marketing plan, surfaced in their entirety. As a result, our past performance has been examined and we have begun to address the necessary adjustments required to address and strengthen the administrative policies of our supply management system.

Two objections to allocated provincial market shares during this year underlined the need to re-evaluate our marketing plan in order to create a more predictable, equitable and current base from which to distribute quota. The proposed amendments to the marketing plan are currently being considered by the members.

Promotion of our product to encourage and increase domestic demand and the research of opportunities for expanded production through off-shore markets continued to be priorities during the year.

The first phase of a medium range marketing programme developed for CTMA early in 1984 is the designation of March 1985 as the first national turkey month. An industry committee of processors, producers and a retail representative developed and directed this project designed to motivate consumer interest at a time other than the traditional purchasing periods.

Investigation of export opportunities continued in 1984 with an exploratory trade mission to Cuba in June, where our product was well received. I feel this market holds promise. Follow-up in other areas during the year are expected to materialize in 1985. CTMA is most appreciative of the assistance and market intelligence received from the federal government in this regard.

CTMA continued efforts to improve the communication links with other participants in our system. Staff meetings with each set of provincial signatories in the fall proved very constructive to the development of amendments to the marketing plan and quota allocation policy. In addition, quarterly Executive meetings were held with the National Farm Products Marketing Council. It is my hope that these types of discussion will be continued.

During 1984, the Agency continued to support research through a contribution to the Veterinary Infectious Disease Organization whose scientists

have developed a vaccine to prevent hemorrhagic enteritis in turkeys. Funding was also provided to the Armand Frappier Institute, University of Quebec where research is directed to the prevention of transmissible enteritis (blue comb).

On a personal note, I want to express my gratitude to those who have made my responsibilities lighter. The Agency is fortunate to have a very capable staff. Each of them performs an important role in the system and the contacts made, both by telephone and in person, on our behalf, are positive contributions to our daily operation.

I have appreciated the dedication and leadership displayed by the other Executive Members and I thank the Directors for their co-operation during this sometimes, trying year.

During this past year, I have become convinced that we cannot continue to view the market on a narrow basis. The turkey market is changing in terms of consumer purchase patterns, types of products available, and an expanding further processing industry. These factors must be considered in the determination of production levels, distribution and timing. It is no longer sufficient to set quota solely based on the previous year's market performance plus a reasonable level of storage stocks.

1984 has been a profitable year for all segments of the turkey industry. Continued co-operative efforts will help to sustain the climate required for continuing prosperity and growth.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in cursive script, reading "W. Christmas".

William A. Christmas
Chairman
Canadian Turkey Marketing Agency

GENERAL MANAGER'S REPORT TO THE
ELEVENTH CTMA ANNUAL MEETING

The mandate of the Canadian Turkey Marketing Agency is clearly set out in the Farm Products Marketing Agencies Act and the Federal Provincial Agreement on turkey marketing. Recognizing that both documents currently need revisions to allow an agency to operate in an efficient market oriented manner, the present vested and delegated authorities are also set out therein making the overall role of CTMA very clear but as we are all aware, not an easy task to fulfill.

The current environment in which an agency must function is truly unique. On one side you have a non market reactive political environment while on the other you have a progressive market oriented business industry. In the administration of the agency, CTMA must thoroughly examine the impact, viability and cost effectiveness of its policies and regulations and carefully weigh the implications of leaning too far in either direction. Again, it is not an easy task for the Agency to fulfill its mandate within this environment.

It is with some concern that we find as the major force reacting on the agency's ability to quickly react to changing markets and new market opportunities, that of the political chain both federally and provincially. The reactionary time required at both levels in today's environment is not conducive to sound market planning nor does it allow business decisions based on economic factors.

What are the current obvious deficiencies existing in our marketing plan? Firstly, we do not have a production base that complies with the Act. Secondly, the necessary administrative authorities to exercise control over the marketing system are not set out in the present plan. Thirdly, we have not been able to conclusively put in place an equitable formula for allocating market growth. If we were allowed to operate as intended within the legislative framework, these deficiencies could easily be overcome. However, the requirement of unanimous consent of parties that have conflicting positions not necessarily relating to the industry's viability, severely prohibit the resolution of the foregoing deficiencies.

I think we need to reflect momentarily on why we have marketing boards and agencies. They were put in place for producers, by producers with the support of both the provincial and federal governments to sustain the viability of the production sector, with a strong commitment by all parties to sustain the system having due consideration for the total industry.

We know where we were and we know where we are and if we are to succeed in the future, we must renew our commitment. "The past is History", "The Future is Now", and with the knowledge gained by past experience the future can be solid.

In reviewing 1984, we must commend our Directors for the leadership with which they continue to provide the Agency. The year closed with reasonable inventory levels, all sectors receiving a reasonable return on investment and consumers being provided a competitively priced commodity. 1984 also saw further major shifts in product requirement due to the rapid growth of the further processing industry and the changing consumer buying practices. Again, the Agency was able to meet this challenge. A major achievement during the past year was the research and development of a proposed new marketing plan which has been agreed to in principle by the Directors that would eliminate the deficiencies referred to earlier. The complete concept is that of a current market oriented and sound administrable marketing plan.

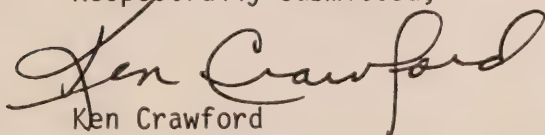
Also during this past year, we further broadened our data base thus enabling our current market information reports to be greatly expanded providing the members with accurate and reliable information on which to base their decisions.

We also increased our thrust in both export market development and domestic market promotion. A market research project undertaken last year resulted in the development of a five year marketing strategy. The first stages of this plan are being implemented through an industry committee comprised of producers, processors and retailers, with great cooperation and success. These are just a few of the areas of continued progress throughout the year.

I would like to take this opportunity to express my sincere appreciation for the patient dedication of our other staff members in making 1984 a productive year for the Agency under very trying circumstances.

In concluding, I would remind the members that there are many challenges facing our marketing system - a system which was developed by producers, for producers - a system for which we have the ultimate responsibility and the control of its destiny. It is time to renew our commitment, bearing in mind the past but realizing that the "Future is Now".

Respectfully submitted,



Ken Crawford
General Manager

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1984

ROBINSON, LOTT & BROHMAN
CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS:

E. G. ROBINSON, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.
W. H. MONTGOMERY, C.A.
D. J. WEILER, C.A.
D. H. MACKENZIE, C.A.
J. W. WRIGHT, C.A.

R. W. LOTT, C.A.
K. W. EDWARDS, C.A.
J. O. ARNOLD, C.A.
A. PERROTTA, C.A.
G. C. ROBINSON, C.A.
R. E. WIGHTMAN, C.A.

AUDITORS' REPORT

To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1984 and the statements of equity and operations for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the agency as at December 31, 1984 and the results of its operations for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Robinson Lott & Brohman

Guelph, Ontario
February 13, 1985

Chartered Accountants.

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
AS AT DECEMBER 31, 1984

A S S E T S

	1984	1983
CURRENT		
Cash	\$ 48,751	\$ 143,887
Term deposits	249,740	100,000
Accounts receivable	209,664	175,091
Inventory	154,591	115,650
Prepaid expense	4,364	4,040
	<u>667,110</u>	<u>538,668</u>
FIXED (note 3)	<u>49,347</u>	<u>21,938</u>
	<u>\$ 716,457</u>	<u>\$ 560,606</u>

L I A B I L I T I E S

CURRENT		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 101,546	\$ 19,408
EQUITY	<u>614,911</u>	<u>541,198</u>
	<u>\$ 716,457</u>	<u>\$ 560,606</u>

see accompanying notes

Approved on behalf of the Board

W. Chasmar

DIRECTOR

[Signature]

DIRECTOR

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1984

	1984	1983
EQUITY, beginning of year	\$ 541,198	\$ 462,585
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE	<u>73,713</u>	<u>78,613</u>
EQUITY, end of year	<u>\$ 614,911</u>	<u>\$ 541,198</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1984

	1984	1983
REVENUE		
Producer levies	\$ 897,989	\$ 897,413
Interest and licences	<u>32,584</u>	<u>24,368</u>
	<u>930,573</u>	<u>921,781</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Other administrative (schedule 1)	160,427	209,940
Remuneration to officers and staff (schedule 1)	206,662	162,386
Directors and staff travel (schedule 1)	<u>182,839</u>	<u>143,107</u>
	<u>549,928</u>	<u>515,433</u>
PROMOTION		
GENERAL		
Institutional promotion	51,162	86,305
Sales promotion (schedule 1)	85,521	75,840
Promotion overhead (schedule 1)	<u>63,125</u>	<u>47,737</u>
	<u>199,808</u>	<u>209,882</u>
MARKETING AND DEVELOPMENT		
Market research	45,729	40,690
Donations to research	79,750	25,000
Home economics expense	5,576	13,137
Advertising	14,003	12,976
Information program	10,000	10,000
Export and domestic market development	6,184	0
Scholarships	<u>0</u>	<u>1,149</u>
	<u>161,242</u>	<u>102,952</u>
	<u>361,050</u>	<u>312,834</u>
Other		
Retiring allowance	0	89,318
Loss on disposal of fixed assets	<u>601</u>	<u>0</u>
	<u>601</u>	<u>89,318</u>
	<u>911,579</u>	<u>917,585</u>
REVENUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>18,994</u>	<u>4,196</u>
MARKETING OF TURKEYS		
Sale of turkeys	355,046	413,398
Cost of turkeys sold	<u>355,895</u>	<u>369,030</u>
Gross profit (loss)	<u>(849)</u>	<u>44,368</u>
Other expenses		
Storage costs	13,298	16,058
Interest	0	921
Insurance	860	849
Commissions	<u>0</u>	<u>188</u>
	<u>14,158</u>	<u>18,016</u>
INCOME (LOSS) ON SALES	(15,007)	26,352
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (note 5)	<u>69,726</u>	<u>48,065</u>
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE for the year	<u>\$ 73,713</u>	<u>\$ 78,613</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
SCHEDULE OF EXPENSES
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1984

	1984	1983
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$ 143,578	\$ 112,075
Directors' fees	40,785	29,625
Employee benefits	<u>22,299</u>	<u>20,686</u>
	<u>\$ 206,662</u>	<u>\$ 162,386</u>
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 28,230	\$ 67,704
Contract projects	33,235	67,458
Audit	6,000	6,000
Telephone and telex	11,845	11,737
Office supplies and expense	18,564	13,616
Postage and courier	2,528	2,660
Consultative committee	1,416	0
Insurance	346	348
Translations	7,175	8,225
Sundry administration	4,329	3,563
Depreciation	17,388	7,143
Office contract services	911	597
Rent, taxes and utilities	<u>28,461</u>	<u>20,889</u>
	<u>\$ 160,428</u>	<u>\$ 209,940</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$ 135,626	\$ 107,609
Staff travel	37,469	29,418
Meeting rooms	8,763	5,422
Travel insurance	<u>981</u>	<u>658</u>
	<u>\$ 182,839</u>	<u>\$ 143,107</u>
SALES PROMOTION		
Trade shows	\$ 10,627	\$ 0
New projects	68,966	0
Recipe book	99	22,697
Sundry promotion	5,374	6,505
Teacher's guide	455	37,588
Turkey fact file	<u>0</u>	<u>9,050</u>
	<u>\$ 85,521</u>	<u>\$ 75,840</u>
PROMOTION OVERHEAD		
Staff travel	\$ 10,814	\$ 8,356
Postage	819	867
Office	6,284	4,418
Rent	9,070	6,641
Telephone	3,998	3,796
Salaries	<u>32,140</u>	<u>23,659</u>
	<u>\$ 63,125</u>	<u>\$ 47,737</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1984

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

(a) INVENTORY

The inventory consists of eviscerated turkey and is carried at the lower of cost and net realizable value. All storage, interest and other costs are expensed when incurred.

(b) FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment, 30% per annum for the computer equipment and automobile and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. ACCOUNTS RECEIVABLE

	1984	1983
Producer levies	\$ 149,962	\$ 169,732
Trade accounts and general	53,966	1,109
Accrued interest	<u>5,736</u>	<u>4,250</u>
	<u>\$ 209,664</u>	<u>\$ 175,091</u>

3. FIXED ASSETS

	ASSET COST	ACCUMULATED DEPRECIATION	1984 NET BOOK VALUE	1983 NET BOOK VALUE
Automobile	\$ 16,720	\$ 5,016	\$ 11,704	\$ 5,621
Computer equipment	23,685	7,106	16,579	0
Furniture and equipment	33,821	17,383	16,438	12,645
Leasehold improvements	<u>9,974</u>	<u>5,348</u>	<u>4,626</u>	<u>3,672</u>
	<u>\$ 84,200</u>	<u>\$ 34,853</u>	<u>\$ 49,347</u>	<u>\$ 21,938</u>

...continued

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1984

4. LEASE COMMITMENT

The Agency is committed under several leases for office premises and equipment to pay the following:

1985	\$ 51,500
1986	51,500
1987	51,500
1988	51,500
1989	<u>15,561</u>
	<u>\$221,561</u>

5. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the Agency as a result of the overproduction of turkey meat by several of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 1983 calendar year. The Agency records these overproduction contributions when the funds are received and not on an accrual basis. These funds are provision claims, adjustments to the Canada Department of Agriculture statistics or any other adjustments the Agency feels are justified. The 1984 overproduction contributions, if any, will be recorded in the 1985 statement of operations.

ECONOMIST'S REPORT TO THE
ELEVENTH CTMA ANNUAL MEETING

1984 Market Summary (Based on Preliminary Production Data)

As most years are, 1984 was unique in the history of the Canadian turkey industry. 1984 was characterized by relatively low frozen inventories of turkey in storage throughout the year. Opening stocks on January 1 were 9.9 million kilograms, the lowest level for a number of years, and 3.5 million kilograms below January 1, 1983. Domestic slaughter at 96.2 million kilograms was only marginally above the 95.9 million kilogram slaughter of 1983. Combined with an increase in net imports of approximately 0.4 million kilograms, total available supply in 1984 was down 2.5% from 1983. Domestic disappearance of all turkey fell slightly from 99.5 million kilograms in 1983 to 98.1 million kilograms in 1984, leaving 8.6 million kilograms of frozen turkey in storage on January 1, 1985 - the lowest closing inventory since 1964.

Significant shifts in production occurred between the weight categories of turkey during 1984 in response to industry requirements. Relative to 1983, 1984 domestic slaughter of broiler and hen weight turkey was down 6.7% and 2.8% respectively. Domestic tom slaughter was up by 8.2% from 1983. These changes were reflected in domestic disappearance. Broiler and hen disappearance levels were down 9.1% and 7.2% respectively relative to 1983. Tom disappearance was up 8.7% from 1983. It is apparent, from the changes in production and disappearance, that the demand for heavy toms for further processing is increasing. It is also apparent that in 1984 the growth experienced in the further processing sector was partially at the expense of the commodity turkey market, although the decline in the disappearance of commodity turkeys, broilers and hens, was to some extent triggered by supply.

Requests for supplementary imports were minimal in 1984 in regard to commodity turkeys, primarily as a result of record high prices in the U.S. market. In fact, for the first time in many years, late 1984 saw U.S. commodity turkey prices virtually establishing the Canadian market. Most supplementary import applications in 1984 were for boneless turkey meat, destined for further processing, and were received in the latter part of the year. This was due partially to the movement of tom turkeys into the commodity market in late 1984.

Over the past several years, further processors have requested increases in production of heavy tom turkeys particularly during the first six months of the year. Producers continued to move in response to this expressed need in 1984, but also increased the proportion of total heavy tom production during the first half of the year, as shown:

<u>Percentage of Total Annual Domestic Slaughter of Heavy Tom (8 kg +) Turkey</u>	<u>1979</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
To March 31st	9.31	12.88	14.87
To June 30th	21.41	29.79	33.23

It is this type of production adjustment, made in conjunction with the other participants, which will allow the turkey industry to progress.

CTMA Feed Update

Commencing in late 1983, CTMA and an independent auditor undertook a field survey of producers in each province to update certain efficiency factors for incorporation into the cost of production model. The factors updated were: feed conversion ratio; average live weight; average age; mortality rate; condemnation percentages. The calculation and weighting procedures, resulting in provincial weighted averages for each province and category were completed in February, with the model being implemented in April 1984.

Data Base/Reporting

Throughout 1984, greater use has been made of the information available to the Agency. Monthly reports have been expanded to provide a broader picture of the current market situations to the members. In late 1984 computerization of the data base commenced. The target date for completion is March 31, 1985, with ISL data, the COP and the Criteria Policy to be computerized later in the year.

Progress was made in regard to the reporting of provincial weekly average feed prices by the Livestock Feed Board of Canada. LFBC turkey feed prices were reported from a broader survey of feed companies than previously, on an FOB farm cash basis. It is hoped that as 1985 progresses this system of feed price reporting will be completely incorporated into the C.O.P. reporting.

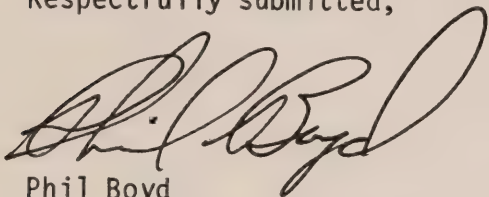
Policy

Three drafts of a Criteria Application Policy for use in quota allocations were completed in 1984; the third draft was adopted, in principle, in December. Refinement of this policy will be ongoing in 1985 and new information will be incorporated as available.

The final draft was developed in conjunction with the proposed amended marketing plan. Together, I believe these two items hold the key to more effective supply management.

The progress of 1984 has set the pace for 1985. In anticipation of the forthcoming challenges, this report is:

Respectfully submitted,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read "Phil Boyd". The signature is fluid and cursive, with a large, sweeping loop at the end.

Phil Boyd
Director of Economic Research
Canadian Turkey Marketing Agency

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION
(thousands of eviscerated kilograms)*

	1980	1981	1982	1983	1984**	1985	1986	1987	1988	1989
BRITISH COLUMBIA	9,422	8,429	9,344	8,389	8,644					
ALBERTA	8,660	7,723	7,623	7,734	8,458					
SASKATCHEWAN	3,705	3,338	3,785	3,709	3,767					
MANITOBA	7,795	7,267	7,751	7,337	7,397					
ONTARIO	42,053	41,231	41,560	43,266	42,357					
QUEBEC	23,863	22,002	22,765	22,335	22,268					
NEW BRUNSWICK	1,045	1,091	1,169	1,020	1,151					
NOVA SCOTIA	1,933	1,725	1,667	1,872	1,585					
CANADA	98,476	92,807	95,664	95,662	95,627					

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

** Preliminary

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION
(thousands of eviscerated pounds) *

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
BRITISH COLUMBIA	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUEBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NEW BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOVA SCOTIA	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
B.C.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.S.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
CANADA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
B.C.	9.57	9.08	9.77	8.77	9.04					
ALTA.	8.79	8.32	7.97	8.08	8.84					
SASK.	3.76	3.60	3.96	3.88	3.94					
MAN.	7.92	7.83	8.10	7.67	7.74					
ONT.	42.70	44.43	43.44	45.23	44.29					
QUE.	24.23	23.71	23.80	23.35	23.29					
N.B.	1.06	1.18	1.22	1.07	1.20					
N.S.	1.96	1.86	1.74	1.96	1.66					
CANADA	100	100	100	100	100					

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
CANADA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
C.B.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.E.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
CANADA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
C.B.	9.57	9.08	9.77	8.77	9.04					
ALTA.	8.79	8.32	7.97	8.08	8.84					
SASK.	3.76	3.60	3.96	3.88	3.94					
MAN.	7.92	7.83	8.10	7.67	7.74					
ONT.	42.70	44.43	43.44	45.23	44.29					
QUE.	24.23	23.71	23.80	23.35	23.29					
N.B.	1.06	1.18	1.22	1.07	1.20					
N.E.	1.96	1.86	1.74	1.96	1.66					

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN
(milliers de livres éviscérées) *

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
COLOMBIE-BRITANNIQUE	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUÉBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN
(milliers de kilogrammes éviscérés)*

	1980	1981	1982	1983	1984**	1985	1986	1987	1988	1989
COLOMBIE-BRITANNIQUE	9,422	8,429	9,344	8,389	8,644					
ALBERTA	8,660	7,723	7,623	7,734	8,458					
SASKATCHEWAN	3,705	3,338	3,785	3,709	3,767					
MANITOBA	7,795	7,267	7,751	7,337	7,397					
ONTARIO	42,053	41,231	41,560	43,266	42,357					
QUÉBEC	23,863	22,003	22,765	22,335	22,268					
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,045	1,091	1,169	1,020	1,151					
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,933	1,725	1,667	1,872	1,585					
CANADA	98,476	92,807	95,664	95,662	95,627					

* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

** Préliminaire

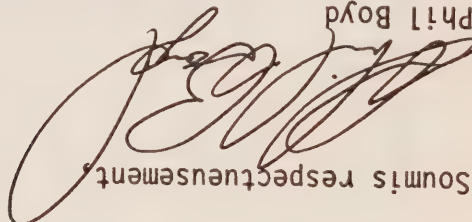
On a fait du progrès à propos des rapports hebdomadaires des prix moyens des aliments de l'Office des Provenances du Canada. Les prix des aliments pour les dindons par l'ODPDC furent rapportés par une étude plus large de compagnies d'aliments tel qu'antérieurement sur une base au comptant F.A.B. à la ferme. Il est à espérer qu'en 1985, ce système de rapport des aliments de prix sera complètement incorporé dans les rapports des COP.

Politique

Trois projets d'une politique sur l'application des critères pour l'usage dans les attributions de contingent, furent complétés en 1984; le troisième projet fut accepté en principe en décembre. Le raffinement de cette politique sera en cours durant 1985 et des informations nouvelles seront inclus aussitôt que disponibles. Le projet final fut développé en conjonction avec le plan proposé et modifié de commercialisation. Ensemble, je crois que ces deux items détiennent le clou pour une gestion plus efficace d'approvisionnement.

Le progrès de 1984 a établi l'allure pour 1985. Dans l'attente de nouveaux défis, ce rapport est:

Soumis respectueusement.



Phil Boyd

Directeur de la Recherche Economique
Office Canadien de Commercialisation
du Dindon

Depuis plusieurs années passées, les conditionneurs ont demandé des augmentations dans la production pour les dindons lourds mâles particulièrement durant les six premiers mois de l'année. Les producteurs ont continué à répondre à ce besoin exprimé en 1984, mais aussi ont augmenté la proportion de la production des dindons lourds durant la première moitié de l'année tel que ce qui suit:

Le Pourcentage de l'Abatage des Dindons Lourds (8 kg. +) du Total Annuel Domestique

	1979	1983	1984
Au 31 mars	9.31	12.88	14.87
Au 30 juin	21.41	29.79	33.23

C'est ce genre d'ajustement dans la production, fait conjointement avec les autres participants, qui permettra à l'industrie du dindon de progresser.

Mise à jour sur l'Alimentation

En commençant vers la fin 1983, l'OCCD et un vérificateur indépendant ont entrepris une étude sur les producteurs de chaque province pour faire la mise à jour de certains facteurs d'efficacité qui seront insérés dans le modèle sur les coûts de production. Ces facteurs étaient: coefficient de conversion alimentaire; poids moyen vivant; la moyenne de l'âge; le taux de mortalité; le pourcentage de condamnation. Le calcul et les procédures de pondération qui ont résultés dans la moyenne pondérée provinciale pour chaque province et chaque catégorie furent terminés en février avec le modèle étant implanté en avril 1984.

Les Rapports / Données de la Base

Tout au cours de l'année 1984, un plus grand usage a été fait de l'information disponible de l'Office. Les rapports mensuels furent développés pour les membres afin de leur fournir une vue plus grande des situations courantes du marché. Vers la fin de 1984, on a commencé à stocker les données dans l'ordinateur. La date projetée pour la terminaison de ce travail est le 31 mars 1985, avec les données de ISL, les COP et la Politique des Critères à être stockés plus tard durant l'année.

Résumé du Marché 1984 (basé sur les données provisoires de production)

Comme sont la plupart des années, 1984 fut unique dans l'histoire de l'industrie canadienne du dindon. L'année 1984 fut caractérisée durant toute l'année, par des inventaires relativement bas des dindons en entrepôts. Les stocks au début du 1er janvier étaient 9.9 millions de kilogrammes, le niveau le plus bas depuis un certain nombre d'années, et 3.5 millions de kilogrammes inférieurs au 1er janvier 1983. L'abatage domestique à 96.2 millions de kilogrammes était seulement marginal en-dessus de l'abatage de 95.9 millions de kilogrammes de 1983. Combiné avec une augmentation dans les importations nettes d'approvisionnement de 0.4 million de kilogrammes, l'approvisionnement total disponible en 1984 était à la baisse de 2.5% depuis 1983. L'écoulement domestique de tous les dindons a diminué légèrement de 99.5 millions de kilogrammes en 1983 à 98.1 millions de kilogrammes en 1984, laissant 8.6 millions de kilogrammes de dindons congelés en entrepôts au 1er janvier 1985 - les inventaires finaux les plus bas depuis 1964.

Des changements significatifs dans la production sont survenus entre les catégories de poids de dindons durant 1984 afin de répondre aux besoins de l'industrie. En relation avec 1983, l'abatage domestique de 1984 des dindons à griller et des dindons femelles était à la baisse de 6.7% et 2.8% respectivement. L'abatage domestique des dindons mâles était élevé par 8.2% depuis 1983. Ces changements furent reflétés dans l'écoulement domestique. Les niveaux de l'écoulement des dindons à griller et femelles étaient à la baisse de 9.1% et 7.2% respectivement en relation avec 1983. L'écoulement des dindons mâles était élevé de 8.7% depuis 1983. Il est apparemment que d'après les changements dans la production et l'écoulement, que la demande pour les dindons mâles et lourds pour la transformation ultérieure augmentée. Il est également apparemment que la croissance éprouvée en 1984 dans le secteur de la transformation ultérieure était en partie aux dépens du marché du produit du dindon bien que le déclin dans l'écoulement du produit du dindon, des dindons à griller et femelles fut jusqu'à un certain point activé par l'approvisionnement.

Les demandes pour les importations supplémentaires furent minimes en 1984 en ce qui attrait aux produits de dindons, principalement en raison des prix enregistrés élevés des marchés américains. En fait, pour la première fois depuis bien des années, la fin d'année 1984 a vu les prix américains des produits de dindons établir par le fait les marchés canadiens. La plupart des applications des importations supplémentaires en 1984 étaient pour la viande de dindon sans os, celle-ci destinée à la transformation ultérieure et ces applications furent reçues vers la fin de l'année. Cela était dû en grande partie au mouvement des dindons mâles dans le marché du dindon en fin d'année 1984.

4. BAIL DE LOCATION

En vertu de plusieurs baux celui du logement et pour l'équipement, l'Office doit payer:

1985	\$ 51,500
1986	51,500
1987	51,500
1988	51,500
1989	15,561
	<hr/>
	\$ 221,561

5. PENALITES DE SURPRODUCTION

Ces contributions représentent les montants attribués à l'Office à la suite de surproduction de dindons par plusieurs des huit Offices Provinciaux de Commercialisation du Dindon. Ces fonds représentent les contributions de surproduction au cours de l'année civile 1983. L'Office enregistre ces contributions de surproduction lorsque les fonds sont reçus en non sur des charges à payer. Ces fonds sont considérés comme actif potentiel jusqu'à ce qu'ils soient finalisés à cause de stipulations de force majeure, d'ajustements par le Ministère Fédéral de l'Agriculture selon les statistiques ou tout autre ajustement que l'Office considère justifié. Les contributions de surproduction pour 1984, le cas échéant, sont inscrites dans l'état des opérations de 1985.

CONVENTIONS COMPTABLES D'OPERATIONS

L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon est un office constitué en vertu de la Loi sur les Offices de Commercialisation des Produits de Ferme du Canada, pour favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie fortes, efficaces et concurrentielles pour la commercialisation des dindons au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes généralement reconnues pour les organismes sans but lucratif. Les pratiques sont les suivantes:

(a) INVENTAIRE

L'inventaire consiste en des dindons éviscérés et est rapporté au moindre montant de la valeur nette réalisable et du prix coûtant. Les dépenses d'entreposage, d'intérêt et autres sont rapportées dans l'année ou celles-ci sont encourues.

(b) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont capitalisées au prix d'acquisition. Toutes les dépenses de réparation et d'entretien sont rapportées dans l'année où celles-ci sont encourues.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode de l'amortissement décroissant pour l'équipement de bureau à 20% par année, 30% par année pour l'ordinateur et l'automobile, et selon la méthode de l'amortissement linéaire pour toutes améliorations locatives pendant le terme de cinq ans.

2. COMPTES A RECEVOIR

Prélèvements des producteurs
Généralités
Intérêt couru

1984	\$ 149,962	53,966	5,736	\$ 209,664
1983	\$ 169,732	1,109	4,250	\$ 175,091

3. IMMOBILISATIONS

Automobile	\$ 16,720	\$ 5,016	\$ 11,704	\$ 5,621
Ordinateur	23,685	7,106	16,579	0
Mobilier et équipement	33,821	17,383	16,438	12,645
Améliorations locatives	9,974	5,348	4,626	3,672
	\$ 84,200	\$34,853	\$ 49,347	\$21,938
COUT				
DEPRECIATION		ACCUMULEE		
			VALEUR NETTE	VALEUR NETTE
			1984	1983
			AU LIVRE	AU LIVRE

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ETAT DES DEPENSES
POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1984

REMUNERATIONS DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

	\$	143,578	\$	112,075
Salaires du personnel				
Honoraires des directeurs		40,785		29,625
Avantages sociaux des employés		22,299		20,686
	\$	206,662	\$	162,386

AUTRES DEPENSES ADMINISTRATIVES

Honoraires pour services professionnels	28,230	67,704
Projets en contrat	33,235	57,458
Vérification	6,000	6,000
Téléphone et téléx	11,845	11,737
Fourniture et dépenses de bureau	18,564	13,616
Afranchissement et messagerie	2,528	2,660
Comité Consultatif	1,416	0
Assurance	346	348
Traduction	7,175	8,225
Frais divers d'administration	4,329	3,563
Amortissement	17,388	7,143
Contrat de services de bureau	911	597
Loyer, taxes, électricité	28,461	20,889
	\$ 160,428	\$ 209,940

FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

Frais de voyage des directeurs et gérants	\$ 135,626	\$ 107,609
Frais de voyage du personnel	37,469	29,418
Salles de réunion	8,763	5,422
Assurances de voyage	981	658
	\$ 182,839	\$ 143,107

CAMPAGNES DE VENTES

Présentation commerciale	\$ 10,627	\$ 0
Nouveaux projets	68,966	0
Dépense pour livre de recette	99	22,697
Dépenses diverses de promotion	5,374	6,505
Guide du professeur	455	37,588
Fiche documentaire sur la dinde	0	9,050
	\$ 85,521	\$ 75,840

DEPENSES DE PROMOTION

Frais de voyage du personnel	\$ 10,814	\$ 8,356
Afranchissement postal	819	867
Bureau	6,284	4,418
Loyer	9,070	6,641
Téléphone	3,998	3,796
Salaires	32,140	23,659
	\$ 63,125	\$ 47,737

voir notes ci-jointes

	1984	1983
REVENUS		
Prélèvements des producteurs	\$ 897,989	\$ 897,413
Intérêts et permis	32,584	24,368
	930,573	921,781
DEPENSES		
ADMINISTRATION		
Autres dépenses administratives (Annexe 1)	160,427	209,940
Salaires des directeurs et du personnel (Annexe 1)	206,662	162,386
Frais de voyage des directeurs et du personnel (Annexe 1)	182,839	143,107
	549,928	515,433
PROMOTION		
GENERAL		
Campagnes auprès des institutions	51,162	86,305
Campagnes de vente (Annexe 1)	85,521	75,840
Dépenses de promotion (Annexe 1)	63,125	47,737
	199,808	209,882
DEVELOPPEMENT ET COMMERCIALISATION		
Etude du marché	45,729	40,690
Don à la recherche	79,750	25,000
Dépenses pour les arts ménagers	5,576	13,137
Publicité	14,003	12,976
Programme d'information	10,000	10,000
Développement des marchés domestiques et d'exportation	6,184	0
Bourses d'études	0	1,149
	161,242	102,952
AUTRES		
Prestation de retraite	0	89,318
Perte sur la vente d'immobilisations	601	0
	601	89,318
	911,579	917,585
REVENUS DE L'ADMINISTRATION ET DE LA PROMOTION	18,994	4,196
COMMERCIALISATION DU DINDON		
Vente de dindons	355,046	413,398
Coût de ventes	355,895	369,030
Profit brut (perte)	(849)	44,368
Autres dépenses		
Frais d'entreposage	13,298	16,058
Intérêt	0	921
Assurances	860	849
Commissions	0	188
	14,158	18,016
REVENUS (PERTES) SUR LES VENTES	(15,007)	26,352
PENALITES DE SURPRODUCTION (note 5)	69,726	48,065
SURPLUS DES REVENUS APRES LES DEPENSES pour l'exercice	\$ 73,713	\$ 78,613

voir notes ci-jointes

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

ETAT DU SOLDE DU FONDS

AU 31 DECEMBRE 1984

1984	\$ 541,198	SOLDE DU FONDS, au début de l'exercice
	73,713	EXCEDENT (des dépenses sur les revenus)
	78,613	des revenus sur les dépenses
1983	\$ 614,911	SOLDE DU FONDS, à la fin de l'exercice
	\$ 541,198	

voir notes ci-jointes

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

BILAN

AU 31 DECEMBRE 1984

A C T I F

1984		1983	
ACTIF A COURT TERME			
Encaisse			
Dépôts à Terme			
Comptes à recevoir			
Inventaire			
Dépenses prépayées			
IMMOBILISATIONS (note 3)			
\$ 48,751	\$ 143,887	4,040	538,668
249,740	100,000	175,091	
209,664	115,650		
154,591			
4,364			
667,110			
49,347		21,938	
\$ 716,457	\$ 560,606		

P A S S I F

A COURT TERME		Crediteurs et frais courus	
SOLDE DU FONDS			
\$	101,546	\$	19,408
	614,911		541,198
\$	716,457	\$	560,606

voir notes ci-jointes

Approuvé au nom du Conseil d'Administration

Administrateur

Administrateur

ROBINSON, LOTT & BROHMAN
CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS:

E. G. ROBINSON, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.
W. H. MONTGOMERY, C.A.
D. J. WEILER, C.A.
D. H. MACKENZIE, C.A.
J. W. WRIGHT, C.A.
R. W. LOTT, C.A.
K. W. EDWARDS, C.A.
J. O. ARNOLD, C.A.
A. PERROTTA, C.A.
G. C. ROBINSON, C.A.
R. E. WIGHTMAN, C.A.

Aux Membres de
L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon

RAPPORT DES VERIFICATEURS

Nous avons vérifié le bilan de l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon, au 31 décembre 1984, ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances. A notre avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de l'Office, au 31 décembre 1984, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

Guelph, Ontario
Le 13 février 1985

Comptables Agréés

Robinson Lott & Brohman

POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1984

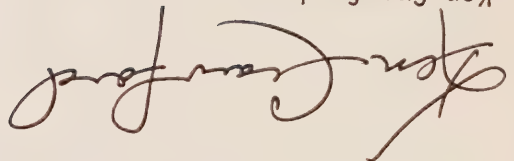
ETATS FINANCIERS

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

J'aimerais prendre l'opportunité pour exprimer ma sincère appréciation pour le dévouement des autres membres du personnel en rendant de 1984 une année productive pour l'Office sous des circonstances difficiles.

En terminant, j'aimerais rappeler aux membres qu'il y a plusieurs défis faisant face à notre système de commercialisation - un système qui fut développé par les producteurs, pour les producteurs - un système auquel nous avons la responsabilité et le contrôle de sa destinée. Il est temps de renouveler notre engagement, en se souvenant du passé mais en réalisant que le "Futur est Maintenant".

Soumis respectueusement,



Ken Crawford
Directeur Général

Je crois que nous avons besoin de réfléchir momentanément pourquoi nous avons des régies de commercialisation et des offices. Ils furent mis en place pour les producteurs, par les producteurs avec l'aide des gouvernements fédéral et provinciaux pour supporter la viabilité du secteur de la production, avec un engagement ferme de toutes les parties pour supporter le système en tenant compte de l'industrie en entier.

Nous savons d'où nous venons et nous savons où nous en sommes maintenant et si nous voulons réussir dans le futur, nous devons renouveler notre engagement. "Le Passé est de l'Histoire", "le Futur est Maintenant", et avec la connaissance gagnée de l'expérience antérieure, le futur pourrait être solide.

En révisant 1984, nous devons faire l'éloge à nos Directeurs pour leurs directives auxquelles ils continuent d'offrir à l'Office. L'année se termine avec des niveaux d'inventaires raisonnables, tous les secteurs recevant un revenu raisonnable sur leur investissement et les consommateurs recevant un produit compétitif en prix. 1984 a vu également plusieurs grands changements dans l'exigence du produit en raison de la croissance rapide de l'industrie de la transformation ultérieure et dans le changement d'achat des pratiques du consommateur. Encore, l'Office fut capable de rencontrer ce défi. Un accomplissement principal durant l'année était la recherche et le développement d'un plan nouveau proposé de commercialisation lequel fut accepté en principe par les Directeurs et celui-ci éliminerait les imperfections mentionnées plutôt. Le concept au complet est celui d'un marché courant et un plan de commercialisation solide et administratif.

Egalement durant l'année écoulée, nous avons agrandi notre base des données, par conséquent rendant nos rapports d'information du marché en cours étant plus répandus fournissant aux membres des informations précises et certaines auxquelles on appuie les décisions.

Nous avons également augmenté nos efforts dans le développement du marché d'exportation et dans la promotion du marché domestique. Un projet de recherche du marché entrepris l'année dernière a résulté dans le développement dans une stratégie de cinq ans de commercialisation. Les premiers étapes de ce plan sont en train d'être implantées par un comité d'industries comprenant des producteurs, des transformateurs et des détaillants, recevant une grande collaboration et du succès. Ceux-ci sont quelques endroits de progrès continuel durant l'année.

Le mandat de l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon est clairement défini dans la Loi sur les Offices de Commercialisation des Produits de Ferme et dans l'Accord Fédéral-Provincial sur la commercialisation des dindons. En se rendant compte que ces deux documents ont besoin couramment de révisions, afin de permettre à l'Office d'opérer d'une manière orientée vers un marché effectif, l'autorité présente investie et déléguée est établie rendant très évident le rôle de l'OCCD, mais comme nous le savons tous, ce n'est pas une tâche facile à accomplir.

L'environnement courant auquel un office doit travailler est vraiment unique. D'un côté vous avez un milieu de marché de réaction non politique tandis que d'un autre côté vous avez une industrie orientée vers les affaires d'un marché progressif. Dans la gérance de l'Office, l'OCCD doit examiner complètement l'impact, la viabilité et les coûts efficaces de ses politiques et ses règlements et évaluer attentivement les implications de trop prendre parti de chacune des directions. Encore une fois ce n'est pas une tâche facile pour l'Office d'exécuter son mandat dans cet environnement.

Il est inquiétant de trouver que la force principale réagissant sur l'habileté de l'Office pour répondre aux changements du marché et aux nouvelles opportunités sont les chaînes politiques fédérales et provinciales. Le temps réactionnaire requis aux deux niveaux dans l'environnement d'aujourd'hui n'est pas favorable à une planification solide du marché et ne permet pas de décisions d'affaires basées sur des facteurs économiques.

Quelles sont nos imperfections courantes et évidentes existant dans notre plan de commercialisation? Premièrement, nous n'avons pas une base de production qui se conforme avec la Loi. Deuxièmement, l'autorité administrative nécessaire pour exécuter le contrôle sur le système de commercialisation n'est pas établie dans le plan présent. Troisièmement, nous n'avons pas été capables d'établir une formule équitable pour l'attribution de la croissance du marché. Si nous étions permis d'opérer tel que déterminé à l'intérieur de l'ensemble législatif, ces imperfections pourraient aisément être surmontées. Cependant, l'exigence d'un accord unanime de toutes les parties qui ont des positions conflictuelles, qui ne sont pas nécessairement en relation avec la viabilité de l'industrie, empêchent sévèrement la résolution de ces imperfections précédentes.

Durant 1984, l'Office a continué de supporter la recherche par la contribution à la Veterinary Infectious Disease Organization dont les scientifiques ont créé un vaccin pour prévenir l'entérite hémorragique dans les dindons. Des fonds furent également fournis à l'Institut Armand-Frappier, Université du Québec où la recherche est dirigée à la prévention de l'entérite transmissible des dindons (bluecomb).

Sur une note personnelle, je désire exprimer ma gratitude à ceux qui ont allégé mes responsabilités. L'Office est fortuné d'avoir un personnel très capable. Chacun accomplit un rôle très important dans le système et les contacts faits soit par téléphone ou en personne, en notre nom, sont des contributions positives pour notre exploitation quotidienne. J'ai apprécié le dévouement et la direction démontrés par les autres membres du Comité Exécutif et je remercie les Directeurs pour leur collaboration durant cette année quelquefois, difficile.

Durant cette année passée, je suis convaincu que nous ne pouvons pas continuer de voir le marché d'une façon limitée. Les marchés du dindon changent dans la manière d'achat du consommateur, des genres de produits disponibles et l'expansion de l'industrie à la transformation ultérieure. Ces facteurs doivent être tenus compte dans la fixation des niveaux de production et de la distribution. Il n'est plus suffisant d'établir les contingents uniquement basés sur la performance de l'année antérieure plus un niveau raisonnable de stocks en entrepôts.

1984 fut une année profitable pour tous les segments de l'industrie du dindon. Les efforts de coopération continus aideront à maintenir l'atmosphère requise pour la croissance et la prospérité.

Soumis Respectueusement,



William A. Chrismas

Président
Office Canadien de Commercialisation
du Dindon

C'est un plaisir en tant que votre Président, de faire le compte rendu à cette Onzième Assemblée Annuelle, sur les accomplissements et quelques désappointements éprouvés durant l'année 1984.

C'était une année où les anomalies administratives qui vont à l'encontre de l'opération efficace d'un plan solide de commercialisation, se sont manifestées entièrement. Comme résultat, nous avons examiné notre rendement antérieur et nous avons commencé à faire les ajustements nécessaires et requis pour renforcer les politiques administratives de notre système de gestion des approvisionnements.

Deux objections à l'attribution des parts provinciales du marché durant cette année, ont souligné le besoin de ré-évaluer notre plan de commercialisation afin de créer une base plus courante, juste et plus facile à prédire où elle on pourrait distribuer les contingents. Les modifications proposées au plan de commercialisation sont présentement étudiées par les membres.

La promotion de notre produit pour encourager et augmenter la demande domestique et la recherche d'opportunités pour répandre la production dans les marchés extérieurs, ont continué d'être en priorité durant l'année.

La première phase d'un événement du programme de commercialisation créé par l'OCCD au début de 1984, était la désignation de mars 1985 comme le premier mois national du dinde. Un Comité d'industries comprenant des transformateurs, des producteurs et un représentant au niveau du détail ont créé et développé ce projet désigné pour augmenter l'intérêt du consommateur à un temps autre que les périodes d'achats traditionnelles.

L'investigation des opportunités d'exportation ont continué en 1984 avec une mission d'exploration au Cuba en juin, où notre produit fut bien accepté. Je crois que ce marché promet beaucoup. On s'attend à ce que la continuation dans d'autres endroits durant l'année soit complétée en 1985. L'OCCD apprécie grandement l'aide et l'information du marché reçus du gouvernement fédéral à ce propos.

L'OCCD s'efforce continuellement d'améliorer la communication avec les autres participants de notre système. Des réunions avec le personnel de chaque Signataire Provincial en automne se sont avérées très positives pour les modifications au plan de commercialisation et à la politique d'allocation des contingents. En plus, des réunions trimestrielles de l'Exécutif furent tenues avec le Conseil National de Commercialisation des Produits Agricoles. Il est à espérer que ce genre de discussion continuera.

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

ONZIEME ASSEMBLEE ANNUELLE

LE 12 MARS 1985 - 14H00

SALON BEAUFORT BEAUMONT

HOTEL HILTON, VILLE DE QUEBEC, QUEBEC

O R D R E D U J O U R

1. Appel à l'Ordre
2. Approbation de l'Ordre du Jour
3. Présentations
4. Confirmation des Membres ayant Droit de Vote
5. Approbation du Procès-Verbal de la Dixième Assemblée Annuelle
6. Rapport du Président
7. Rapport du Directeur Général
8. Rapport Financier des Vérificateurs
9. Rapport du Directeur de la Recherche Economique
10. Conseil National de Commercialisation des Produits Agricoles
11. L'Orateur Invité - "Perspective du Marché" - D.G. McKenzie, CTOV
12. Autres
13. Date pour la Douzième Assemblée Annuelle
14. Ajournement de la Onzième Assemblée Annuelle
15. Assemblée des Directeurs (Election du Conseil d'Administration)

CONSEIL D'ADMINISTRATION 1984

Président	- M. William Chrismas	Manitoba
Vice-Président	- M. Dennis Billo	Saskatchewan
Conseiller Exécutif	- M. Arthur Roder	Ontario

Directeur	- M. Walter Redekop	Colombie-Britannique
Directeur	- M. Dale Enarson	Alberta
Directeur	- M. Laurent Mercier	Québec
Directeur	- M. Malcolm Sprague	Nouveau-Brunswick
Directeur	- M. John de Graaf	Nouvelle-Ecosse

PERSONNEL DE L'OCCD

M. Kenneth Crawford	- Directeur Général
Mme Margaret Krowchuk	- Assistante Administrative
M. Philip Boyd	- Directeur de la Recherche Economique
M. Stan Skruch	- Analyste du Marché
Mlle Marie Fahy	- Coordinatrice de la Promotion et de la Recherche
Mme Lise Turner	- Secrétaire Exécutive
Mlle Marilyn Davidson	- Assistante à la Recherche du Marché

TABLE DES MATIERES

Conseil d'Administration	1
Ordre du Jour - Onzième Assemblée Annuelle	2
Rapport du Président	3
Rapport du Directeur Général.....	5
Rapport Financier	8
Rapport du Directeur de la Recherche Economique ..	16

ONZIEME RAPPORT ANNUEL

DE

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

pour Présentation au

Ministre de l'Agriculture
L'Honorable John Wise

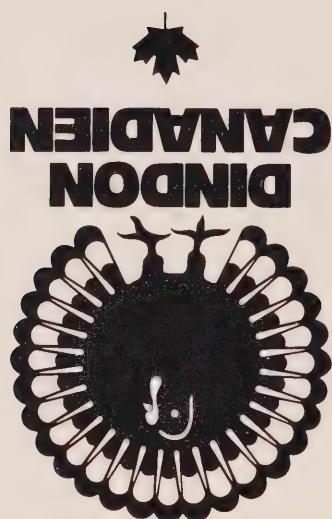
Le Conseil National de Commercialisation
des Produits Agricoles

et à

La Onzième Assemblée Annuelle
des Producteurs de Dindons

Mardi, le 12 mars 1985
Ottawa, Ontario

RAPPORT ANNUEL
1984



L'OFFICE CANADIEN DE
COMMERCIALISATION DU DINDON

CA1
DB60
- A56

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY



ANNUAL REPORT

1985

TWELFTH ANNUAL REPORT
of the
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

for Presentation to

The Minister of Agriculture
The Honourable John Wise

The National Farm Products
Marketing Council

and the

Twelfth Annual Turkey Producers' Meeting

Wednesday, March 19, 1986
Ottawa, Ontario

TABLE OF CONTENTS

	<u>Page</u>
Officers and Directors.....	1
Agenda for Twelfth Annual Meeting	2
Chairman's Report	3
General Manager's Report	6
Financial Report	10
Market Review Report	18
Policy Reports	25
Committee Reports	29
Promotion and Marketing Report	33

1985 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman	- Mr. William Christmas	Manitoba
Vice-Chairman	- Mr. Arthur Roder	Ontario
Executive Member	- Mr. Walter Redekop	British Columbia
Director	- Mr. Jack Rynsburger	Saskatchewan
Director	- Mr. Dale Enarson	Alberta
Director	- Mr. Laurent Mercier	Quebec
Director	- Mr. Malcolm Sprague	New Brunswick
Director	- Mr. David Davies	Nova Scotia

1985 CTMA STAFF

Mr. Kenneth Crawford	- General Manager
Mrs. Margaret Krowchuk	- Administrative Assistant
Mr. Philip Boyd	- Director of Economic Research
Mr. Stan Skruch	- Market Analyst
Miss Marie Fahey	- Home Economist
Mrs. Lise Turner	- Executive Secretary
Position vacant	- Administrative Secretary

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

TWELFTH ANNUAL MEETING

MARCH 19, 1986 - 2:00 P.M.

RICHELIEU ROOM

SKYLINE HOTEL, OTTAWA

A G E N D A

- - - - -

1. Call to order
2. Approval of Agenda
3. Introductions
4. Confirmation of Voting Members
5. Approval of Minutes of Eleventh Annual Meeting
6. Chairman's Report
7. General Manager's Report
8. Auditors' Report
9. National Farm Products Marketing Council: Mr. Ralph Barrie, Acting Chairman
10. Other Business
11. Date for Thirteenth Annual Meeting
12. Adjournment of Twelfth Annual Meeting
13. Directors Meeting (Election of Officers)

CHAIRMAN'S REPORT TO THE
12TH CTMA ANNUAL MEETING

I feel very honoured in reporting to you as your Chairman to this twelfth annual meeting of CTMA. I am honoured in that you had sufficient confidence to have me as your Chairman for three consecutive years. As of today, I will be stepping down as your Chairman, and on February 26, 1986 I stepped down as Chairman of our provincial board. It has always been my belief that new people must be motivated and given the opportunity to move forward in any progressive industry.

I would like to take this opportunity to review a number of positive issues and related decisions taken by our Directors during the past three years, and not restrict my comments solely to the current year, as major developments normally span a longer period. Three specific examples would be the Export Credit Policy, the Primary Breeder Policy and of foremost importance, are the internal and external administrative policies of the Agency.

Included in the latter, and continually being expanded, is our communication and information system. We believe our internal data bank, which began on a manual basis in 1982 and now fully computerized is, on both a provincial and national basis, the most up-to-date in our industry. In cooperation with Canadian hatcheries, a system has been implemented, that when fully completed, will further enhance the accuracy of our market projections. This system also captures the interprovincial poult movement allowing provinces to more accurately project their production. A medium to long-term marketing plan was developed and led to the formation of a Promotion Advisory

Committee consisting of primary processors, further processors, retailers and producers. This, to our knowledge, is a first wherein all industry segments participate in the decision-making process, and is working very successfully. Export market developments have also been one of our priorities and are beginning to show growth through continued support. The development and implementation of a cost effective method for updating the variable cost components of our COP, thus extending the time of costly major surveys, was also a major step forward. Better understanding and communication with the N.F.P.M.C. was enhanced through the establishment of quarterly meetings with our respective Executive Committees. An excellent level of communication and respect has also evolved with national organizations such as the CPEPC. These are but a few of our major accomplishments.

There are, however, a number of major issues that must be finalized in the coming year. Amendments to Section 24 of the F.P.M.A.A., amendments to our marketing plan, the multiplier breeder policy and categorization must be addressed and policies implemented for the continued growth and industry viability we now enjoy. We would be remiss if "Free Trade" was not expressed as a major concern facing all participants of our industry. I am confident the decisions that will be required can be easily taken if we continue to think in terms of the national benefit to the total turkey industry.

In concluding my remarks, I want to express my sincere appreciation for the cooperation and support the Directors have given me during my term as your Chairman. I would also like to especially thank the Executive Members for their dedication and our able staff for all the work they have done for me, as well as the support and encouragement they have given me during the last three years.

If I have had any qualification as your Chairman, it would be in recognizing some of my inabilities and in recognizing the capabilities of those surrounding me, the Directors, Executive, General Manager and staff and ask them to play an even larger role, if possible, to assure the future well-being of our industry.

Thank you very much.

Respectfully submitted,

William A. Christmas

William A. Christmas,
Chairman

GENERAL MANAGER'S REPORT TO THE
12TH CTMA ANNUAL MEETING

It is my firm opinion that an annual report should fairly report both positive and negative factors which reflect the current and future stability of an industry. Further, it should highlight areas of major progress, but should likewise clearly define matters where procrastination deterred both viability and growth.

It is only through this medium that the shareholders, or in our case the producer members, can obtain a clear perspective of whether we are progressing or regressing, and in either case, why.

We must firstly remember that the Canadian Turkey Marketing Agency is a Body Corporate, structured similar to private industry, with a Chairman, Board of Directors and an Administrative body operating an industry which generates in excess of 300 million dollars in annual sales. As such, we also have a general public duty in light of our mandate, to examine operations on an ongoing basis as they relate to current and future market conditions.

However, unlike other corporations, the fundamental nature of a Marketing Agency embodies a very real paradox.

On the one hand we exist because normal market forces, more commonly referred to as free enterprise, has an impact on producers that is generally considered to be unduly harsh and injurious. On the other hand, every attempt to re-direct or suppress natural market forces entails a cost of some kind that must be borne by producers, processors, or consumers or some combination of same.

To fulfill its mandate, an Agency must operate so as to recognize the

market forces, and assure the right product is produced, in the right quantities, at the right time, at the right prices to preclude serious long-term harm to the very producers whose interest the Agency was formed to protect, and as well, the potential harm that could also be caused to processors and consumers.

It should be recognized, therefore, that the operation of an Agency is in the form of a balancing act, attempting to follow a path between both extremes. The balancing act is made extremely difficult due to external market forces interacting through new product development, advanced production and marketing techniques, and consumer purchasing preferences. In the case of our industry, these changes have been rapidly escalating.

Before looking at 1985 in retrospect, we should firstly examine the three immediate preceding years. Following a period of market turmoil - during which we experienced radical production, high inventories and low prices, the industry began a matured turnaround. The three years preceding 1985 saw our annual production grow, our inventories become balanced and prices stabilizing at all levels. This was accomplished by addressing the market signals through timely action and responsible production decisions.

1985, not unlike the three preceding years, began on a positive note. However, as the year progressed, it became increasingly evident that we were once again not reacting to market signals. The signals to which I refer were simply two specific challenges required to meet continued known market changes. The first was to assure our marketers with a supply in sufficient quantities of the right product. The second was to produce that product at the right times in the right places.

To further clarify these challenges, we were aware that during 1984 the supply of toms was under significant pressure and production would have to be increased for 1985. Unfortunately, this did not happen and the market was short to the extent that imports totalled 5.7 million pounds,

and year-end inventories were again unbalanced. The following comparison of 1985 relative to 1984 clearly identifies the problem.

Total Canadian Quota was higher by	3.78%
Broiler slaughter was higher by	8.09%
Hen slaughter was higher by	6.75%
Tom slaughter increased only	2.69%
Total imports increased by	49.0 %

At this time, it must be recognized that we are again faced with timely action and responsible production decisions. We cannot, due to production constraints, fully correct this position in 1986 and will again be faced with high imports. Therefore, it is incumbent upon the Agency to immediately adjust production patterns to meet further demand changes as they occur within the industry, if we are to achieve a balance of supply and demand by 1987.

We have a mandate, and through the Farm Products Marketing Agencies Act and our Federal-Provincial Agreement, the necessary tools are provided and readily available to address any challenge. In October of 1985 you undertook a major step in making a specific allocation for the production of toms to service the further processing industry. You further directed that research be immediately undertaken to determine the feasibility of categorization of quotas for the 1987 production year. These were positive steps, but they only addressed one of the challenges referred to earlier. You must also address the time factor of supplying the market. One is dependent on the other, and only when they are applied together, will the product demands of the industry be met.

Although many other issues, such as a Multiplier Breeder Policy, amendments to our Marketing Plan, revisions to our Quota Allocation Policy, etc., remain ongoing, they do not have the same urgency as matters relating directly to market supply which is the backbone of our industry.

In concluding, I would like to compliment the National Farm Products Marketing Council who, under a new Acting Chairman, have been reorganizing and are becoming a responsive body in dealing with issues affecting Agencies. I would also like to express my appreciation for the support of the Directors and especially the steady and positive influence of our Chairman, Bill Christmas. Progressive direction, coupled with the loyal support of our complete staff, provide a tremendous incentive for continued viability.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in dark ink, reading "Ken Crawford". The signature is written in a cursive, flowing style with a large initial "K" and a long, sweeping underline.

Ken Crawford,
General Manager

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1985

ROBINSON, LOTT & BROHMAN
CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS:

E. G. ROBINSON, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.
W. H. MONTGOMERY, C.A.
D. J. WEILER, C.A.
D. H. MACKENZIE, C.A.
J. W. WRIGHT, C.A.

R. W. LOTT, C.A.
K. W. EDWARDS, C.A.
J. O. ARNOLD, C.A.
A. PERROTTA, C.A.
G. C. ROBINSON, C.A.
R. E. WIGHTMAN, C.A.

AUDITORS' REPORT

To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1985 and the statements of equity and operations for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the agency as at December 31, 1985 and the results of its operations for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Robinson Lott & Brohman

Guelph, Ontario
February 10, 1986

Chartered Accountants.

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
AS AT DECEMBER 31, 1985

A S S E T S

	1985	1984
CURRENT		
Cash	\$ 92,736	\$ 48,751
Term deposits	0	249,740
Accounts receivable (note 2)	194,632	209,664
Inventory	0	154,591
Prepaid expense (note 3)	203,598	4,364
	<u>490,966</u>	<u>667,110</u>
FIXED (note 4)	48,098	49,347
	<u>\$ 539,064</u>	<u>\$ 716,457</u>

L I A B I L I T I E S

CURRENT		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 242,051	\$ 101,546
EQUITY	<u>297,013</u>	<u>614,911</u>
	<u>\$ 539,064</u>	<u>\$ 716,457</u>

see accompanying notes

Approved on behalf of the Board

William A. Chasmar
DIRECTOR

Carl Roden
DIRECTOR

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1985

	1985	1984
EQUITY, beginning of year	\$ 614,910	\$ 541,198
EXCESS OF EXPENDITURE OVER REVENUE	<u>(317,897)</u>	<u>73,713</u>
EQUITY, end of year	<u>\$ 297,013</u>	<u>\$ 614,911</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1985

	1985	1984
REVENUE		
Producer levies	\$ 944,310	\$ 897,989
Interest and licences	<u>13,637</u>	<u>32,584</u>
	<u>957,947</u>	<u>930,573</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Other administrative (schedule 1)	130,353	160,427
Remuneration to officers and staff (schedule 1)	245,858	206,662
Directors and staff travel (schedule 1)	<u>240,397</u>	<u>182,839</u>
	<u>616,608</u>	<u>549,928</u>
PROMOTION		
GENERAL		
Institutional promotion	71,023	51,162
Sales promotion (schedule 1)	491,849	85,521
Promotion overhead (schedule 1)	<u>57,722</u>	<u>63,125</u>
	<u>620,594</u>	<u>199,808</u>
MARKETING AND DEVELOPMENT		
Market research	47,030	45,729
Donations to research	14,250	79,750
Promotion committees	4,919	5,576
Advertising	16,752	14,003
Information program	10,000	10,000
Export and domestic market development	<u>8,811</u>	<u>6,184</u>
	<u>101,762</u>	<u>161,242</u>
Other	<u>722,356</u>	<u>361,050</u>
Loss (gain) on disposal of fixed assets	<u>(1,022)</u>	<u>601</u>
	<u>(1,022)</u>	<u>601</u>
	<u>1,337,942</u>	<u>911,579</u>
REVENUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>(379,995)</u>	<u>18,994</u>
MARKETING OF TURKEYS		
Sale of turkeys	209,087	355,046
Cost of turkeys sold	213,235	355,895
Gross profit (loss)	<u>(4,148)</u>	<u>(849)</u>
Other expenses		
Storage costs	2,265	13,298
Insurance	447	860
Commissions	29	0
	<u>2,741</u>	<u>14,158</u>
LOSS ON SALES	<u>(6,889)</u>	<u>(15,007)</u>
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (note 6)	<u>68,987</u>	<u>69,726</u>
EXCESS OF EXPENDITURE OVER REVENUE for the year	<u>\$ (317,897)</u>	<u>\$ 73,713</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
SCHEDULE OF EXPENSES
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1985

	1985	1984
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$ 161,731	\$ 143,578
Directors' fees	56,343	40,785
Employee benefits	27,784	22,299
	<u>\$ 245,858</u>	<u>\$ 206,662</u>
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 22,594	\$ 28,230
Contract projects	(684)	33,235
Audit	6,585	6,000
Telephone and telex	13,227	11,845
Office supplies and expense	21,105	18,564
Postage and courier	3,064	2,528
Consultative committee	2,539	1,416
Insurance	343	346
Translations	8,200	7,175
Sundry administration	4,862	4,329
Depreciation	13,558	17,388
Office contract services	2,306	911
Rent, taxes and utilities	32,654	28,461
	<u>\$ 130,353</u>	<u>\$ 160,428</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$ 194,106	\$ 135,626
Staff travel	34,632	37,469
Meeting rooms	10,390	8,763
Travel insurance	1,269	981
	<u>\$ 240,397</u>	<u>\$ 182,839</u>
SALES PROMOTION		
Trade shows	\$ 24,616	\$ 10,627
New projects	18,337	68,966
Recipe book	58,912	99
Sundry promotion	6,133	5,374
Teacher's guide	0	455
Retail and consumer	364,641	0
Barbecue brochure	19,210	0
	<u>\$ 491,849</u>	<u>\$ 85,521</u>
PROMOTION OVERHEAD		
Staff travel	\$ 2,811	\$ 10,814
Postage	888	819
Office	5,758	6,284
Rent	9,111	9,070
Telephone	3,974	3,998
Salaries	35,180	32,140
	<u>\$ 57,722</u>	<u>\$ 63,125</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1985

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

(a) INVENTORY

The inventory consists of eviscerated turkey and is carried at the lower of cost and net realizable value. All storage, interest and other costs are expensed when incurred.

(b) FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment, 30% per annum for the computer equipment and automobile and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. ACCOUNTS RECEIVABLE

	1985	1984
Producer levies	\$ 193,951	\$ 149,962
Trade accounts and general	0	53,966
Accrued interest	681	5,736
	<u>\$ 194,632</u>	<u>\$ 209,664</u>

3. PREPAID EXPENSES

The prepaid expenses consist of:

	1985	1984
Promotion	\$ 201,951	\$ 1,125
Insurance	1,647	2,751
Pension	0	488
	<u>\$ 203,598</u>	<u>\$ 4,364</u>

The prepaid promotion relates to the 1986 campaign.

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1985

4. FIXED ASSETS

	ASSET COST	ACCUMULATED DEPRECIATION	1985 NET BOOK VALUE	1984 NET BOOK VALUE
Automobile	\$ 20,020	\$ 1,001	\$ 19,019	\$ 11,704
Computer equipment	23,685	12,080	11,605	16,579
Furniture and equipment	34,888	20,884	14,004	16,438
Leasehold improvements	<u>9,974</u>	<u>6,504</u>	<u>3,470</u>	<u>4,626</u>
	<u>\$ 88,567</u>	<u>\$ 40,469</u>	<u>\$ 48,098</u>	<u>\$ 49,347</u>

5. LEASE COMMITMENT

The Agency is committed under several leases for office premises and equipment to pay the following:

1986	52,964
1987	52,964
1988	52,964
1989	<u>14,196</u>
	<u>\$173,088</u>

6. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the Agency as a result of the overproduction of turkey meat by several of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 1984 calendar year. The Agency records these overproduction contributions when the funds are received and not on an accrual basis. These funds are considered to be a contingent asset until finalized because of forced majeure provision claims, adjustments to the Canada Department of Agriculture statistics or any other adjustments the Agency feels are justified. The 1985 overproduction contributions, if any, will be recorded in the 1986 statement of operations.

MARKET REVIEW REPORT TO THE
12TH CTMA ANNUAL MEETING

DEMAND

Demand for turkey in 1985 increased by 1.2% over 1984. After the first nine months of 1985, demand was down 7.2% from the previous year but rebounded during the final quarter. Fourth quarter consumption totalled 48,385,000 kilograms, an increase of more than five million kilograms or 11.7% from the same period in 1984. Total consumption of 99.19 million kilograms suggests a per capita consumption of approximately 3.9 kilograms, marginally greater than during 1984.

Under five kilogram (broiler) demand was off 8.2% through the first three quarters of 1985, but strong Thanksgiving and Christmas markets resulted in a 25.5% increase in October to December consumption relative to a year ago. For the year, broiler demand was 3.6% higher than 1984.

Demand for five to eight kilogram turkey (hens) followed a similar pattern with consumption down 26.2% after nine months and increasing 21.6% in the fourth quarter. Yearly demand increased 3.0% for this category relative to 1984.

Consumption of over eight kilogram turkey (toms), being the primary raw material of the further processing industry, is becoming more evenly distributed throughout the year. During the first three quarters, demand increased 7.1% but decreased 5.1% in the final three months. Annual tom demand realized a 1.9% gain over 1984, somewhat less than anticipated by some industry sources.

Frozen further processed inventory saw an into-storage movement of more than one million kilograms during the year, with price resistance at the retail level being a contributing factor.

MARKET REVIEW REPORT

DEMAND (cont'd)

Industry opinion, as well as data obtained through International Surveys Ltd., both indicate growing consumer preference for turkey in fresh form (whole and cut-up). This trend places greater emphasis on the need for producers and processors to provide the right type of product at the time it is required.

SUPPLY

Canadian turkey slaughter in 1985 totalled 101,437,000 kilograms, an increase of 5.1 million kilograms over 1984. This 5.3% increase, which includes one million kilograms of live imports from the U.S., is the result of a 2.5 million kilogram increase in broiler slaughter, a 1.6 million kilogram increase in hen slaughter, and a 1.0 million kilogram increase in tom and mature slaughter. This greater supply occurred mainly in the second half of the year, during which production was 7.1% higher than the second half of 1984; first half production increased less than one percent.

Broiler and hen production increased 2.4% in the first two quarters, and 9.8% in the last half of the year. An abundant supply of commodity turkeys, particularly in the last two quarters of 1985, appears to have stimulated consumption as a 6.9% increase in demand was realized from July to December.

Tom production, the need for which is growing in the first half of the year, was off 6% in the first quarter of 1985 and 2.3% higher in the second quarter, for a total first half reduction of 1.4%. This, combined with greater demand for tom turkeys early in the year, served to keep tom inventories very low by historical standards, as well as increase pressure for supplemental imports. The timing of tom production is an issue currently being addressed by CTMA with respect to Further Processor requirements.

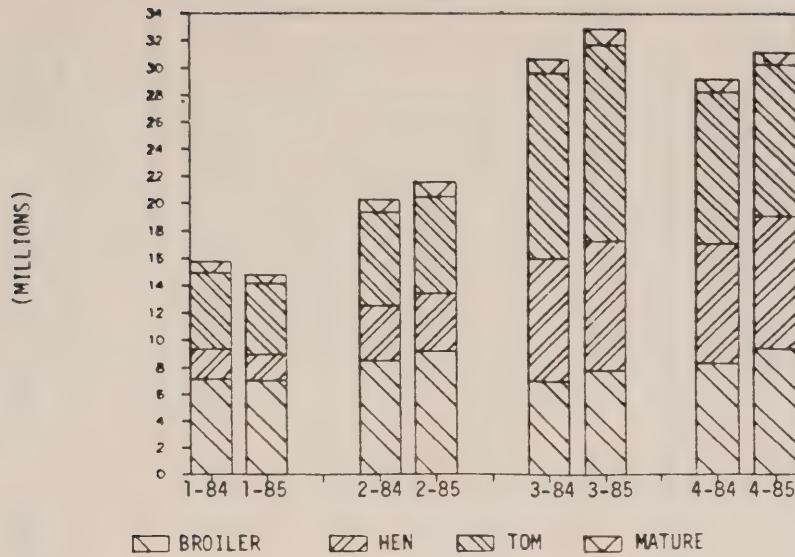
MARKET REVIEW REPORT

IMPORTS

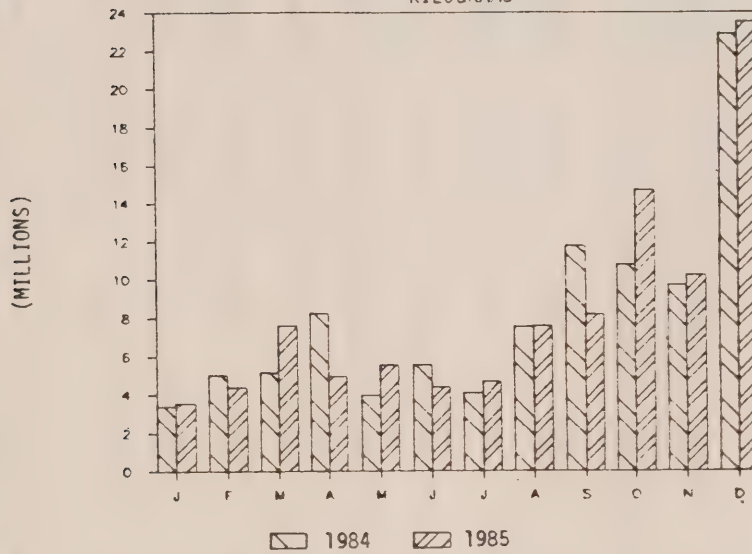
Total turkey imports in 1985 of 2,623,000 kilograms, were up substantially over 1984, with an increase of 864,000 kilograms (49.0%). Live imports grew by 72% over 1984; live imports and carcass imports more than doubled, whereas imports of turkey parts were slightly under 1984's. The shift in class of turkey reported occurred mainly to respond to further processor requirements.

Under the supplementary import permit system, CTMA attempted to source applications for an unprecedented 4.4 million kilograms during the year, of which 76% was for live and canner pack turkeys. Almost 28% of the product applied for was located within the domestic market. High U.S. prices and/or tight U.S. supplies dictated that not all permits issued resulted in imports into Canada.

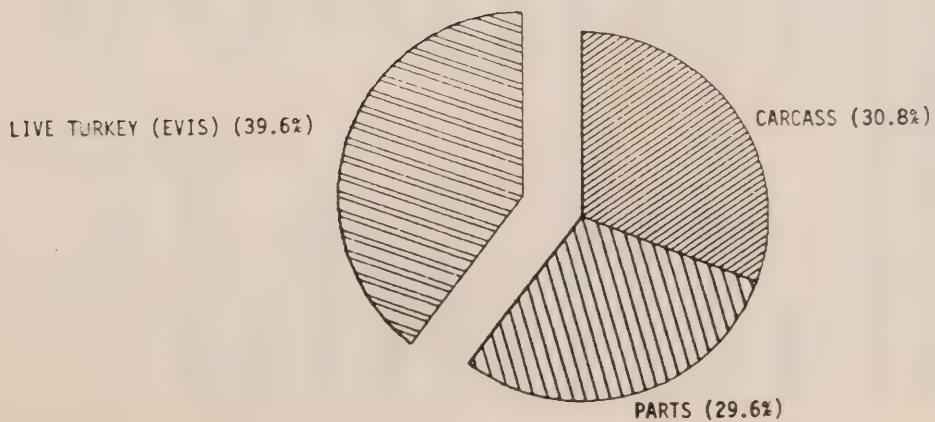
QUARTERLY TURKEY PRODUCTION (KGS)
1984 VS 1985



TOTAL TURKEY DEMAND
KILOGRAMS



Classification of Turkey Imports
1985



CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION
(thousands of eviscerated kilograms) *

	1980	1981	1982	1983	1984	1985**	1986	1987	1988	1989
BRITISH COLUMBIA	9,422	8,429	9,344	8,389	8,713	9,556				
ALBERTA	8,660	7,723	7,623	7,734	8,457	8,417				
SASKATCHEWAN	3,705	3,338	3,785	3,709	3,780	3,838				
MANITOBA	7,795	7,267	7,751	7,337	7,331	7,847				
ONTARIO	42,053	41,231	41,560	43,266	41,750	42,368				
QUEBEC	23,863	22,003	22,765	22,335	22,276	24,305				
NEW BRUNSWICK	1,045	1,091	1,169	1,020	1,178	1,292				
NOVA SCOTIA	1,933	1,725	1,667	1,872	1,588	1,766				
CANADA	98,476	92,807	95,664	95,662	95,073	99,390				

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

** Preliminary

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION
(thousands of eviscerated pounds)*

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
BRITISH COLUMBIA	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUEBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NEW BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOVA SCOTIA	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
B.C.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.S.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
CANADA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
B.C.	9.57	9.08	9.77	8.77	9.16	9.61				
ALTA.	8.79	8.32	7.97	8.08	8.90	8.47				
SASK.	3.76	3.60	3.96	3.88	3.98	3.86				
MAN.	7.92	7.83	8.10	7.67	7.71	7.90				
ONT.	42.70	44.43	43.44	45.23	43.91	42.63				
QUE.	24.23	23.71	23.80	23.35	23.43	24.45				
N.B.	1.06	1.18	1.22	1.07	1.24	1.30				
N.S.	1.96	1.86	1.74	1.96	1.67	1.78				
CANADA	100	100	100	100	100	100				

POLICY REPORTS

12TH CTMA ANNUAL MEETING

The Proposed Amended Marketing Plan

Beginning in 1984 and continuing through 1985, CTMA has developed proposed amendments to the existing Marketing Plan which were initiated primarily through recognition of the fact that provincial base shares no longer adequately reflect the current industry status. While Section 24 of the Farm Products Marketing Agencies' Act requires amendment in order for the Agency to update its base shares, work on the Marketing Plan proceeded so that the Agency would be prepared to move forward should Section 24 be changed.

Included in the proposed amendments are:

- a more explicit use of both formula-type and administrative criteria, for both above and below base allocations;
- the additions of sections affecting the execution of the CTMA Promotion Agreement, and establishing the time frames and guidelines of provincial complaint proceedings;
- the strengthening of the Anti-Dumping regulation by establishing in the Marketing Plan, a price setting authority for the Agency to use as a determinant of dumping.

The most significant of the proposed amendments is the inclusion of a mechanism which phases out the existing provincial base shares over a five year period, and incorporates the annual provincial allocations into a five year rolling average thus providing a different set of provincial base shares each year. Although dependent on an amendment to Section 24, the proposal would ensure that each province's base share remains current with its marketing requirements.

In October 1985, the final draft of the Proposed Amended Marketing Plan was presented to the Signatories to the Federal-Provincial Agreement for their discussion and review.

Multiplier Breeder Policy

Concerns by the multiplier breeder industry, that the quota system impedes their growth prompted the Minister of Agriculture for Canada to appoint a Committee for examination and indepth review of the Canadian turkey breeding industry. Based on the recommendations of that Committee in their report dated September, 1985, a Policy was drafted for Agency members discussion. In November 1985, the CTMA Managers' Committee completed a detailed analysis of the Policy and a second draft of the Multiplier Breeder Allocation Policy, encompassing the recommendations of the Manager's Committee, was presented to the Agency members in December 1985.

Primary Breeder Credit Policy

The Agency has endeavored for several years to find the most appropriate way to address the Primary Breeder Credit issue and after attempting various methods of application, a policy was finalized in August 1985. In any given control period there will be available an allocation of 1.361 million kilograms for Canada, to be utilized as required for the marketings of primary breeder turkeys, subject to the definitions, terms and conditions of the policy.

This policy is implemented by the Canadian Turkey Marketing Agency in consideration of the need to maintain a primary turkey breeding industry in Canada. The Agency believes that the policy, as it is now structured, will benefit the primary breeders in Canada, in terms of both export and domestic market development, and will also contribute to the long term welfare of Canadian commercial turkey growers.

Quota Allocation Policy

The development of the CTMA Quota Allocation Policy continued throughout 1985, based on work completed in 1984. In addition to the internal research, a full working meeting of the Provincial Board Managers' Committee was held in May to further refine the policy.

Draft #4 of the Quota Allocation Policy, dated June 1985, served successfully as the basis upon which the 1986 provincial allocations were made. This draft encompasses those criteria of the Marketing Plan which can be measured and overall, the policy complies with the directives given in the Farm Products Marketing Agencies Act, the Marketing Plan and the Federal-Provincial Agreement, in relation to annual provincial quota allotments.

The purpose of a Quota Allocation Policy, is to ensure that the annual quota allotments are made in a manner which satisfies the objects of an Agency, as set out in Section 22 of the FPMA Act, and to meet the dynamics of the Canadian turkey industry. Thus, one area of potential weakness in the current policy is that it is based heavily on historical trends, as opposed to anticipating future requirements of the industry.

As the Agency looks beyond the 1986 provincial allocations made in 1985, there are three things which must be considered. The first is to develop a means by which the future requirements of the industry can be reasonably projected and reflected in the provincial allotments through application of the criteria. Secondly, the Agency must again consider further expansion of its comprehensive data base. Future projections are only possible with complete historical information. The Agency has all the required data with the exception of the hotel, restaurant and institutional trade data, which accounts for approximately forty percent of the demand for turkey in this country. The importance of this information is unquestionable. Thirdly, the Quota Allocation Policy must retain the flexibility it now provides the Agency to make specific adjustments to

Quota Allocation Policy (cont'd)

allotments for specific reasons which cannot be captured through the criteria, but yet are consistent with the broad instructions given to the Agency in the Act.

COMMITTEE REPORTS

12TH CTMA ANNUAL MEETING

Executive Committee

The Executive Committee is responsible for supervising the day to day operation of the Agency and on behalf of the Board of Directors, interfaces with other industry participants and the National Farm Products Marketing Council. Most administrative issues and policy development come before the Executive Committee for review prior to presentation to the full Board.

The Executive Committee met 13 times in 1985. All but 4 of the meetings were held in conjunction with Agency meetings or other functions which required the attendance of the members. The Executive also serves on the Audit Committee, the Promotion Advisory Committee, and the members participated on an individual basis in the COP Committee, the Committee to review the Consultative Committee, as well as attending other functions as the Agency representatives.

The major issues coming before the Executive in 1985 for recommendation to the Directors included the requirement to update the variable cost components of the COP; the need to address the product supply to the further processing industry; the amendments to the marketing plan and section 24 of the FPMAA; and export marketing.

Audit Committee

The CTMA Audit Committee membership includes the Executive Committee and Staff members and is responsible for the Agency financial operation on behalf of the Board of Directors.

In February, 1985, the Audit Committee met with the auditor to review the financial statements for the year ended December 31, 1984 and

Audit Committee (cont'd)

being satisfied that the procedures had been followed and that the statements were in order, recommended approval to the Directors. The Committee also recommended that the financial statements which are produced monthly for Directors information and detail expenses and budget utilization, be programmed for the computer as a first step in the automation of the total accounting system.

Consultative Committee

The CTMA Consultative Committee members representing the allied industries, consumers and producers, meet on a periodic basis to assess production requirements and bring forward recommendations regarding quota levels.

The structure of the Committee has remained unchanged, except for minor modifications, since its inception in 1974.

In 1985, a complete review of the Committee structure was recommended and a Committee was established to analyse the terms of reference and bring forward recommendations.

The mandate of the Committee for review of the Consultative Committee was to ensure that the terms of reference for the Consultative Committee adequately addressed the needs of the market place on both a regional and national basis.

The work of the Review Committee, whose members include representatives from Agriculture Canada, NFPMC and CTMA, began in November, 1985 and it is anticipated that their conclusions and recommendations will be ready for presentation to the Agency Directors in early 1986.

Promotion Advisory Committee

The members of the Promotion Advisory Committee include primary and further processors, a retail representative and the members of the CTMA Executive Committee. The Committee's mandate is to ensure that the medium and long term marketing plan designed for CTMA, meets the intent and objects of the Agency and that the cooperation of the industry is maintained.

The Committee's primary function has been to guide and develop the "March is Turkey Month" promotion which is designed to stimulate sales at a time other than the festive season.

In May of 1985, the Committee met to evaluate the first promotion of March as national turkey month, recommended that the strategy proceed for another year and during the summer and fall supervised the planning and production of "Turkey in March...Why Not!" 1986.

Cost of Production Committee

In 1985, it became apparent that wide spreads were developing in the variable cost components of the COP which was last updated on the basis of 1983 costs.

The CTMA Directors requested that the COP Committee develop the procedures and schedules for a survey of the turkey producers in early 1986 based on feed, poults, energy and labour costs for 1985.

The COP Committee whose members include representatives from CTMA, NFPMC and Agriculture Canada, met 4 times during the latter part of 1985 to draw up terms of reference for firms selected to present proposals, interview and make a selection from the 4 submitted; approve the questionnaire design as well as the procedures and schedules for producer interviews.

Cost of Production Committee (cont'd)

Dunwoody and Associates will conduct the survey during January and February of 1986 with preliminary findings to be presented in March and final report due in May.



Turkey in March...

WHY NOT!

**Turkey -
"More than just a good time bird"**

PROMOTION AND MARKETING
12TH CTMA ANNUAL MEETING

The main thrust of CTMA promotion is to create awareness of turkey as an everyday protein source. The delicate flavour of turkey which is now available in portion controlled and table ready products, make it a viable alternative to other meats both for family meals and foodservice menus.

The key development of a medium range, 3 to 5 year marketing plan developed for the Agency in 1984, is "National Turkey Month" which made a successful debut in March, 1985 with the slogan "Turkey in March...Why Not!".

This activity is designed to promote the whole bird at a time other than the festive season. The March '85 strategy encompassed a circulation of coupons to households in the major market areas of Canada, the placement of point of purchase materials in retail markets and a media newsrelease programme. The coupon distribution generated over 10,000 written requests for the new turkey recipe and resource booklet "Turkey for Today" which was printed in early 1985.

The foodservice industry has a high priority for CTMA promotion with continuous contact being made through distribution of Today's Special Turkey foodservice newsletter and attendance at the major trade shows across Canada. In the early part of the year, CTMA participated with Agriculture Canada and other commodity groups in the Cross Canada Annual Luncheon series held in the major centres of Canada and directed to the Hotel, Restaurant and Institutional market.

The annual marketing seminar held in June, was attended by provincial promotion representatives who evaluated current projects and made suggestions for ongoing activities. A Committee was established to update the Teacher's Resource Kit with new materials in time for the 1986-87 school year, and the continuation of the turkey month promotion for 1986 was recommended.

Research projects included participation with the Ontario Turkey Marketing Board in Phase I of a study on cooking turkey in the microwave oven which was completed in mid year, and the development of requirements and supply of product for a turkey meat yield study to be completed by Agriculture Canada in 1986.

In March, CTMA participated with External Affairs in Foodex'85, Tokyo, Japan. The initial contacts made were followed up during a return visit in June at which time product requirements and packaging specifications were determined. A continuing effort will be made to establish a firm market for turkey exports.

Au séminaire annuel de commercialisation tenue en juin, assistaient des représentants provinciaux qui ont évalué les projets en cours et apporté des suggestions d'activités suivies. Un Comité fut fondé pour actualiser le nécessaire d'enseignement avec de nouvelles matières, à temps pour l'année scolaire 1986-87, et la reprise en 1986 de la promotion du mois de la dinde fut recommandée.

Les projets de recherche comprenaient la participation avec l'Office de commercialisation du dindon de l'Ontario à la première phase d'une étude sur la cuisson de la dinde au four à micro-ondes, qui fut terminée au milieu de l'année, et la détermination des quantités nécessaires et de l'approvisionnement de produit pour une étude sur le rendement de la viande de dinde devant être effectuée en 1986 par Agriculture Canada.

En mars, l'OCCD a participé avec le ministère des Affaires extérieures à Foodex '85 à Tokyo, au Japon. Les premiers contacts établis à cette époque furent repris en juin durant une visite de réciprocité au cours de laquelle les spécifications de produit et d'emballage furent déterminées. Tous les efforts nécessaires seront faits pour établir un marché stable d'exportation du dindon.

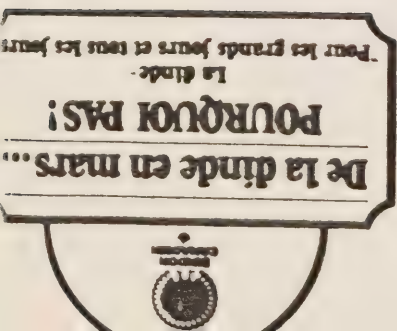
RAPPORT SUR LA PROMOTION ET COMMERCIALISATION
A LA DOUZIEME ASSEMBLEE ANNUELLE DE L'OCCD

Le but principal de la promotion de l'OCCD est de faire prendre au public conscience que la dinde est une source courante de protéines. La délicieuse saveur de la dinde, qui est maintenant disponible en portions déterminées et en plats cuisinés, en fait un remplacement adéquat à toutes les autres viandes, tant pour les repas familiaux que pour les menus des services de restauration.

La réalisation majeure d'un plan de commercialisation de portée moyenne de 3 à 5 ans, établi pour l'Office en 1984, est le "Mois national de la dinde" qui débuta avec succès en mars 1985 sous le slogan "De la dinde en mars.. pourquoi pas!".

La promotion est conçue pour encourager les gens à consommer de la dinde entière en dehors de la saison des fêtes. La campagne de mars 1985 comprenait une distribution de coupons aux foyers des principaux marchés du Canada, le placement de matériel pour le point de vente dans les débouchés au détail et un programme de communiqués de presse. La distribution de coupons a suscité plus de 10,000 demandes écrites pour le livret de recettes "La dinde au menu du jour" publié au début de 1985.

L'industrie de la restauration a une place prioritaire dans les activités promotionnelles de l'OCCD, avec des contacts constants par l'intermédiaire du bulletin "La dinde au goût du jour" publié pour les services alimentaires, et la participation aux principales expositions commerciales du Canada. Au début de l'année, l'OCCD a participé avec Agriculture Canada et d'autres groupes de producteurs à la série annuelle de déjeuners dans les principales villes de tout le Canada, destinée à l'industrie des hôtels, restaurants et institutions.



Comité du coût, de production (suite)

La firme Dunwoody and Associates effectuera le sondage durant janvier et février 1986 et présentera les premiers résultats en mars et le compte rendu final en mai.

Comité consultatif sur la promotion

Les membres du Comité consultatif sur la promotion comprennent des membres de l'industrie de transformation primaire et de conditionnement, un représentant détaillant et les membres du Comité exécutif de l'OCCD. Le mandat du Comité est d'assurer que le plan de commercialisation à moyen et à long termes conçu pour l'OCCD réponde aux intentions et aux buts de l'Office et que la coopération de l'industrie soit maintenue.

La fonction essentielle du Comité fut de diriger et d'élaborer la promotion "Mars est le mois de la dinde" conçue pour stimuler les ventes à des époques autres que celles des fêtes.

En mai 1985, le Comité s'étant réuni pour évaluer la première promotion de mars comme mois national de la dinde, recommanda que la promotion se poursuive l'année suivante, et durant l'été et l'automne a supervisé la planification et la production de la promotion "De la Dinde en mars... pourquoi pas!" de 1986.

Comité du coût de production

En 1985, il devint évident que de larges écarts se développaient dans les composantes de coûts variables du CDP dont la dernière actualisation fut faite sur la base des coûts de 1983.

Les directeurs de l'OCCD avaient demandé que le Comité du CDP établisse les méthodes et le programme d'un sondage auprès des producteurs de dindons au début de 1986, basé sur les coûts de l'alimentation, des dindonneaux, de l'énergie et de la main-d'oeuvre pour 1985.

Le Comité du CDP dont les membres comprennent des représentants de l'OCCD, du CNCPA et d'Agriculture Canada, s'est réuni 4 fois durant la dernière partie de 1985 pour définir les attributions des firmes sélectionnées pour présenter des propositions, procéder aux entrevues et faire une sélection parmi les 4 soumissions, et pour approuver la formule du questionnaire ainsi que les méthodes et le programme pour les entrevues avec les producteurs.

Le Comité de vérification (suite)

états étaient conformes, les a recommandées à l'approbation des directeurs. Le Comité a également recommandé que les états financiers établis mensuellement pour l'information des directeurs ainsi que le détail des dépenses et l'affectation du budget soient programmés pour l'ordinateur comme première étape de l'automatisation du système de comptabilité complet.

Comité consultatif

Les membres du Comité consultatif de l'OCCD représentant les industries connexes, les consommateurs et les producteurs, se réunissent périodiquement pour évaluer les nécessités de production et soumettre des recommandations relatives aux niveaux de contingent.

La structure du Comité n'a pas changé, à l'exception de modifications mineures, depuis sa formation en 1974.

En 1985, une analyse complète de la structure du Comité fut recommandée et un comité fut établi pour analyser les attributions et soumettre des recommandations.

Le mandat du Comité de révision du Comité consultatif est d'assurer que les attributions du Comité consultatif répondent adéquatement aux besoins du marché tant sur une base régionale que nationale.

Le travail du Comité de révision, dont les membres comprennent des représentants d'Agriculture Canada, du CNCPA et de l'OCCD, commença en novembre 1985 et l'on prévoit que ses conclusions et ses recommandations seront prêtes pour présentation aux directeurs de l'Office au début 1986.

Comité exécutif

Le Comité exécutif est chargé de superviser les opérations quotidiennes de l'Office et, au nom du conseil d'administration, d'établir la liaison avec les autres membres de l'industrie et le Conseil national de commercialisation des produits agricoles. La plupart des questions administratives et l'élaboration des politiques sont soumises au Comité exécutif pour examen préalable avant présentation au conseil d'administration.

Le Comité exécutif s'est réuni 13 fois en 1985. Toutes ces réunions sauf 4 ont eu lieu conjointement avec les assemblées de l'Office ou autres fonctions qui demandaient l'assistance des membres. L'exécutif siège également au Comité de vérification ainsi qu'au Comité consultatif sur la promotion et les membres ont participé individuellement au Comité du CDP et au Comité de révision du Comité consultatif, et ont également été chargés d'autres fonctions à titre de représentants de l'Office.

Les questions majeures soumises au Comité exécutif en 1985 pour recommandation aux directeurs, comprenaient la nécessité d'actualiser les composantes de coûts variables du coût de production; la nécessité de corriger la situation d'approvisionnement à l'industrie de conditionnement; les amendements au Plan de commercialisation et à l'Article 24 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles, et l'exportation.

Le Comité de vérification

Le Comité de vérification de l'OCCD comprend les membres du Comité exécutif et les membres du personnel administratif et est chargé de l'exploitation financière de l'Office au nom du conseil d'administration.

En février 1985, le Comité de vérification s'est réuni avec le vérificateur pour réviser les états financiers de l'exercice terminé au 31 décembre 1984 et s'étant assuré que les principes comptables avaient été observés et que les

Politique d'attribution du contingent (suite)

garder la flexibilité qu'elle assure actuellement à l'Office pour procéder à des ajustements de contingents pour des raisons spécifiques susceptibles de n'être pas englobées dans la formule des critères, mais restant néanmoins compatibles avec les stipulations très générales de la Loi.

L'édification d'une politique d'attribution du contingent de l'OCCD a continué durant 1985, sur la base de l'étude terminée en 1984. Outre la recherche interne, une assemblée du Comité des gérants des offices provinciaux, tenue en mai dernier, a été entièrement consacrée au perfectionnement de la politique.

Le projet N° 4 de la Politique d'attribution du contingent, daté de juin 1985, a servi efficacement de base à l'attribution des contingents provinciaux de 1986. Ce projet englobe les critères mesurables du Plan de commercialisation et, globalement, la politique est conforme aux directives établies par la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles, le Plan de commercialisation et l'Accord fédéral-provincial, en ce qui concerne les allocations provinciales annuelles.

Le but de la Politique d'attribution du contingent est d'assurer que les allocations annuelles de contingent soient faites de façon à réaliser les objectifs d'un office de commercialisation, tels qu'ils sont énoncés à l'Article 22 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles et répondre simultanément à la dynamique de l'industrie canadienne du dindon. C'est ainsi qu'une des faiblesses de la politique actuelle est qu'elle est basée en grande partie sur des données de tendances historiques, au lieu d'anticiper les exigences futures de l'industrie.

En envisageant l'avenir au-delà des attributions provinciales de 1986 effectuées en 1985, l'Office doit considérer trois choses. La première est de trouver un moyen de prévoir les besoins futurs de l'industrie et d'attribuer les allocations provinciales en conséquence, au moyen de l'application des critères. La deuxième est d'envisager une expansion future de ses données de base. Les projections ne sont en effet possibles qu'avec une information historique complète. L'Office est en possession de toutes les données nécessaires à l'exception de celles relatives à l'industrie des hôtels, restaurants et institutions, qui représentent environ quarante pour cent de la demande de dindon dans notre pays. L'importance de cette information est indiscutable. Troisièmement, la Politique d'attribution du contingent doit

En octobre 1985, le projet final de propositions d'amendements au Plan de commercialisation fut présenté aux signataires de l'Accord fédéral-provincial pour qu'ils l'examinent et en discutent.

Politique d'attribution aux multiplicateurs

Incité par le souci de l'industrie de reproduction craignant que le système de contingentement entrave son essor, le ministre de l'Agriculture du Canada a nommé un comité chargé d'analyser l'industrie de la reproduction des dindons au Canada. Selon les recommandations de ce comité dans son compte rendu daté de septembre 1985, un projet de politique a été établi pour examen par les membres de l'Office. En novembre 1985, le Comité des gérants de l'OCCD a effectué une analyse détaillée de la politique et un second projet de la Politique d'attribution aux multiplicateurs, englobant les recommandations du Comité des gérants, fut présenté aux membres de l'Office en décembre 1985.

Politique d'allocation de reproduction primaire

Depuis plusieurs années, l'Office s'efforce de trouver le moyen le plus adéquat de résoudre le problème de l'attribution d'une allocation de reproduction primaire et, après avoir essayé diverses méthodes d'application, a achevé l'établissement d'une politique en août 1985. Durant toute période réglementaire donnée, une allocation de 1.361 million de kilogrammes sera disponible pour tout le Canada et pourra être utilisée selon le besoin pour la commercialisation des dindons de reproduction primaire, sous réserve des définitions, termes et conditions de la politique.

Cette politique est appliquée par l'OCCD eu égard à la nécessité de maintenir une industrie de reproduction primaire au Canada. L'Office estime que cette politique, telle qu'elle est maintenant structurée, profitera aux multiplicateurs canadiens, en matière d'exportation et de développement du marché intérieur et contribuera également à la protection à long terme des éleveurs canadiens de dindons destinés au commerce.

Propositions d'amendements au Plan de commercialisation

Depuis 1984 et durant tout 1985, l'OCCD a élaboré des propositions d'amendements au Plan de commercialisation existant, émanant essentiellement de la constatation du fait que les parts de base provinciales ne reflétaient plus adéquatement la situation actuelle. Bien que l'Article 24 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles doive être amendé afin de permettre à l'Office d'actualiser ses parts de base, l'étude de la modification du Plan de commercialisation continua afin que l'Office soit prêt à prendre les mesures nécessaires si l'Article 24 était amendé.

Les propositions d'amendements comprennent:

- une utilisation plus explicite des critères formulaires et administratifs, pour déterminer les attributions supérieures et inférieures à la base;
- l'addition d'articles relatifs à l'exécution de l'Entente de promotion de l'OCCD, et établissant les directives et délais d'acheminement des plaintes provinciales;

- le renforcement du règlement anti-dumping en donnant à l'Office, dans le Plan de commercialisation, l'autorité d'établir les prix comme mesure déterminative du dumping.

Le plus significatif des amendements proposés est l'adoption d'un système qui éliminerait progressivement les parts de base provinciales existantes sur une période de cinq ans et qui incorporerait les attributions provinciales annuelles dans une base roulante moyenne, procurant ainsi des parts de base différentes chaque année. Bien que tributaire d'un amendement à l'Article 24, la proposition assurerait que la part de base de chaque province reste adaptée à ses besoins actuels.

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
C.B.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.E.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
CANADA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
C.B.	9.57	9.08	9.77	8.77	9.16	9.61				
ALTA.	8.79	8.32	7.97	8.08	8.90	8.47				
SASK.	3.76	3.60	3.96	3.88	3.98	3.86				
MAN.	7.92	7.83	8.10	7.67	7.71	7.90				
ONT.	42.70	44.43	43.44	45.23	43.91	42.63				
QUE.	24.23	23.71	23.80	23.35	23.43	24.45				
N.B.	1.06	1.18	1.22	1.07	1.24	1.30				
N.E.	1.96	1.86	1.74	1.96	1.67	1.78				
CANADA	100	100	100	100	100	100				

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN
(milliers de livres éviscérées) *

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
COLOMBIE-BRITANNIQUE	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUÉBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

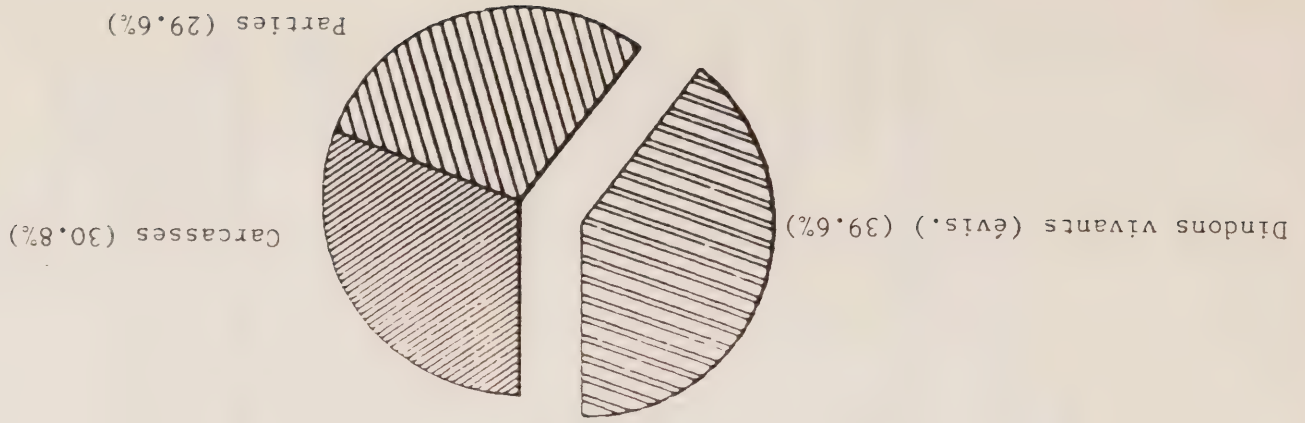
* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN
(milliers de kilogrammes éviscérés)*

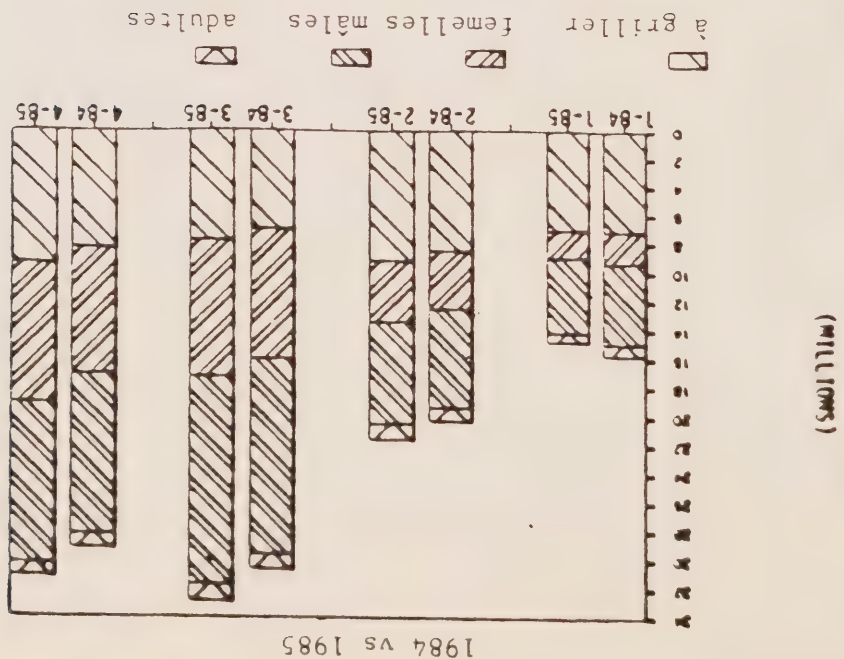
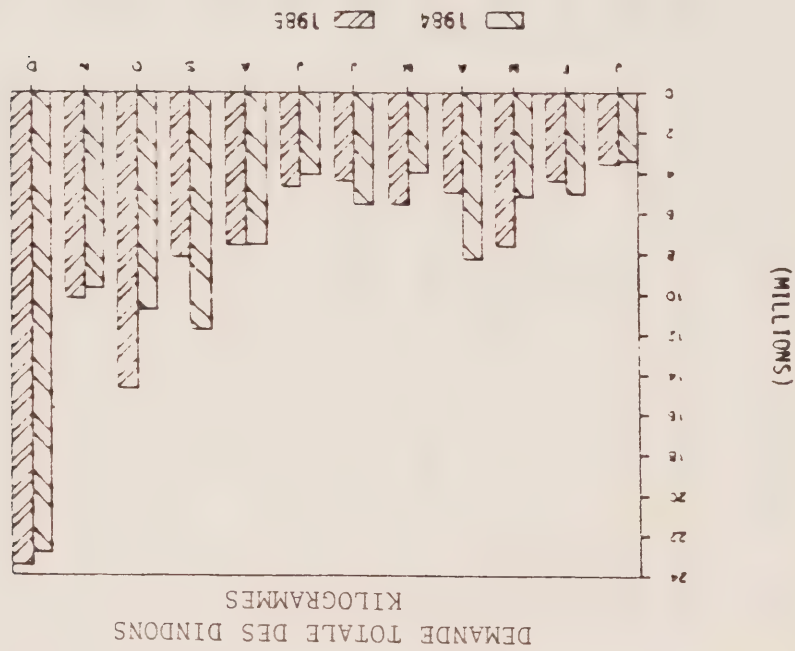
	1980	1981	1982	1983	1984	1985**	1986	1987	1988	1989
COLOMBIE-BRITANNIQUE	9,422	8,429	9,344	8,389	8,713	9,556				
ALBERTA	8,660	7,723	7,623	7,734	8,457	8,417				
SASKATCHEWAN	3,705	3,338	3,785	3,709	3,780	3,838				
MANITOBA	7,795	7,267	7,751	7,337	7,331	7,847				
ONTARIO	42,053	41,231	41,560	43,266	41,750	42,368				
QUÉBEC	23,863	22,003	22,765	22,335	22,276	24,305				
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,045	1,091	1,169	1,020	1,178	1,292				
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,933	1,725	1,667	1,872	1,588	1,766				
CANADA	98,476	92,807	95,664	95,662	95,073	99,390				

* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

** Préliminaire



CLASSIFICATION DES IMPORTATIONS DES DINDONS



IMPORTATIONS

En 1985, les importations totales de dindons, s'élevant à 2,623,000 kilogrammes, étaient substantiellement plus importantes qu'en 1984, avec une augmentation de 864,000 kilogrammes (49%). Les importations de dindons vivants ont augmenté de 72% par rapport à 1984. Les importations de dindons vivants et de carcasses ont plus que doublé, alors que les importations de morceaux de dinde étaient légèrement inférieures à celles de 1984. Ce renversement des facteurs entre les catégories provient essentiellement de la nécessité de répondre à la demande de l'industrie de conditionnement.

Selon le système de permis d'importations supplémentaires, l'OCCD a essayé de trouver des sources d'approvisionnement pour les demandes qui se sont élevées au chiffre sans précédent de 4.4 millions de kilogrammes durant l'année, dont 76% concernaient des dindons vivants et des dindons pour l'industrie de conditionnement. Près de 28% du produit demandé a été trouvé dans les limites du marché intérieur. Les prix élevés des Etats-Unis, leur approvisionnement limité, ou ces deux facteurs combinés, ont empêché que tous les permis délivrés donnent lieu à des importations au Canada.

APPROVISIONNEMENT

L'opinion des membres de l'industrie, ainsi que les données obtenues par l'intermédiaire d'International Surveys Ltd. indiquent une préférence croissante du consommateur pour la dinde fraîche (entière et en morceaux). Cette tendance souligne la nécessité pour les producteurs et les transformateurs de procurer le type de produit adéquat au moment voulu.

L'abatage de dindons canadiens totalisait 101,437,000 kilogrammes, soit une augmentation de 5.1 millions de kilogrammes par rapport à 1984. Cette augmentation de 5.3% qui inclut un million de kilogrammes d'importation de dindons vivants en provenance des Etats-Unis, est le résultat d'une augmentation de 2.5 millions de kilogrammes de dindons à griller abatus, d'une augmentation de 1.6 million de kilogrammes de dindons femelles abatus et d'une augmentation de 1 million de kilogrammes de dindons mâles et dindons de réforme abatus. Cette augmentation d'approvisionnement a eu lieu essentiellement dans la seconde moitié de l'année, durant laquelle la production était de 7.1% plus élevée que dans la seconde moitié de 1984; la production du premier semestre a augmenté de moins de un pour cent.

La production de dindons à griller et de dindons femelles a augmenté de 2.4% au cours des deux premiers trimestres et de 9.8% dans la seconde moitié de l'année. Un abondant approvisionnement de dindons de catégorie utilitaire, particulièrement au cours des deux derniers trimestres de 1985, semble avoir stimulé la consommation puisque de juillet à décembre on a enregistré une augmentation de la demande de 6.9%.

La production de dindons mâles, dont le besoin augmente dans la première moitié de l'année, avait baissé de 6% durant le premier trimestre de 1985 et augmenté de 2.3% durant le deuxième trimestre, ce qui équivalait à une réduction totale de 1.4% pour le premier semestre. Cela, conjointement avec une plus forte demande de dindons mâles, a fait baisser le stock à un niveau très bas selon les normes historiques et a accru la nécessité d'avoir recours à des importations d'appoint. Le moment opportun pour la production de dindons mâles est une question actuellement à l'étude par l'OCCD, relativement aux besoins de l'industrie de conditionnement.

DEMANDE

En 1985, la demande de dindon a augmenté de 1.2% par rapport à 1984. A la fin des neuf premiers mois de 1985, la demande était inférieure de 7.2% sur l'année précédente mais a repris vivement durant le dernier trimestre. Durant le quatrième trimestre, la consommation totale a atteint 48,385,000 kilogrammes, soit une augmentation de plus de cinq millions de kilogrammes ou 11.7% par rapport à la même période en 1984. La consommation totale de 99.19 millions de kilogrammes indique une consommation per capita d'environ 3.9 kilogrammes, marginalement plus élevée que durant 1984.

A moins de cinq kilogrammes (dindon à griller) la demande était inférieure de 8.2% durant les trois premiers trimestres de 1985, mais des marchés très animés à l'Action de Grâce et à Noël ont eu pour résultat une augmentation de 25.5% dans la consommation de la période d'octobre à décembre, par rapport à l'année précédente. Pour l'année, la demande de dindons à griller a été de 3.6% plus élevée qu'en 1984.

La demande de dindons de cinq à huit kilogrammes (femelles) a suivi un schéma similaire avec une consommation inférieure de 26.2% après neuf mois et une augmentation de 21.6% durant le quatrième trimestre. La demande annuelle totale a augmenté de 3% pour cette catégorie par rapport à 1984.

La consommation de dindons de plus de huit kilogrammes (mâles), constituant la matière première essentielle pour l'industrie de conditionnement, a été mieux répartie durant l'année. Durant les trois premiers trimestres, la demande a augmenté de 7.1% mais a diminué de 5.1% au cours du dernier trimestre. La demande totale annuelle de dindons mâles a augmenté de 1.9% par rapport à 1984, pourcentage quelque peu inférieur à celui anticipé par certaines sources dans l'industrie.

En ce qui concerne le produit transformé surgelé, on a dû entreposer plus d'un million de kilogrammes durant l'année, du fait en partie d'une résistance au niveau du détail imputable aux prix.

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
NOTES AUX ETATS FINANCIERS
POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1985

4. IMMOBILISATIONS

	1984	1985
Automobile	\$ 20,020	\$ 11,704
Ordinateur	23,685	16,579
Mobilier et équipement	34,888	16,438
Améliorations locatives	9,974	4,626
	<u>\$ 88,557</u>	<u>\$ 49,347</u>
COÛT		
DEPRECIATION ACCUMULEE	\$ 1,001	
	<u>12,080</u>	
	20,884	
	6,504	
	<u>\$ 40,469</u>	
VALEUR NETTE AU LIVRE	\$ 19,019	
	<u>11,605</u>	
	14,004	
	3,470	
	<u>\$ 48,098</u>	
VALEUR NETTE AU LIVRE		\$ 11,704

5. BAIL DE LOCATION

En vertu de plusieurs baux celui du logement et pour l'équipement, l'Office doit payer:

1986	52,964
1987	52,964
1988	52,964
1989	14,196
	<u>\$173,088</u>

6. PENALITES DE SURPRODUCTION

Ces contributions représentent les montants attribués à l'Office à la suite de surproduction de dindons par plusieurs des huit Offices Provinciaux de Commercialisation du Dindon. Ces fonds représentent les contributions de surproduction au cours de l'année civile 1984. L'Office enregistre ces contributions de surproduction lorsque les fonds sont reçus et non sur des charges à payer. Ces fonds sont considérés comme actif potentiel jusqu'à ce qu'ils soient finalisés à cause de stipulations de force majeure, d'ajustements par le Ministère Fédéral de l'Agriculture selon les statistiques ou tout autre ajustement que l'Office considère justifié. Les contributions de surproduction pour 1985, le cas échéant, sont inscrites dans l'état des opérations de 1986.

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
NOTES AUX ETATS FINANCIERS
POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1985

1. CONVENTIONS COMPTABLES D'OPERATIONS

L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon est un office constitué en vertu de la Loi sur les Offices de Commercialisation des Produits de Ferme du Canada, pour favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie fortes, efficaces et concurrentielles pour la commercialisation des dindons au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organismes sans but lucratif. Les pratiques sont les suivantes:

(a) INVENTAIRE

L'inventaire consiste en des dindons éviscérés et est rapporté au moindre montant de la valeur nette réalisable et du prix coûtant. Les dépenses d'entreposage, d'intérêt et autres sont rapportées dans l'année ou celles-ci sont encourues.

(b) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont capitalisées au prix d'acquisition. Toutes les dépenses de réparation et d'entretien sont rapportées dans l'année où celles-ci sont encourues.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode de l'amortissement décroissant pour l'équipement de bureau à 20% par année, 30% par année pour l'ordinateur et l'automobile, et selon la méthode de l'amortissement linéaire pour toutes améliorations locatives pendant le terme de cinq ans.

2. COMPTES A RECEVOIR

Prélèvements des producteurs
Généralités
Intérêt couru

	1985	1984
	\$ 193,951	\$ 149,962
	0	53,966
	681	5,736
	\$ 194,632	\$ 209,664

3. DEPENSES PREPAYEES

Les dépenses prépayées consistent:

Promotion
Assurance
Pension

	1985	1984
	\$ 201,951	\$ 1,125
	1,647	2,751
	0	488
	\$ 203,598	\$ 4,364

La promotion prépayée se rapporte à la campagne de 1986

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ETAT DES DEPENSES
POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1985

REMUNERATIONS DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

\$ 161,731	\$ 143,578
56,343	40,785
27,784	22,299
\$ 245,858	\$ 206,662

Avantages sociaux des employés

AUTRES DEPENSES ADMINISTRATIVES

22,594	28,230
(684)	33,235
6,585	6,000
13,227	11,845
21,105	18,564
3,064	2,528
2,539	1,416
343	346
8,200	7,175
4,862	4,329
13,558	17,388
2,306	911
32,654	28,461
\$ 130,353	\$ 160,428

FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

194,106	\$ 135,626
34,632	37,469
10,390	8,763
1,269	981
\$ 240,397	\$ 182,839

Assurances de voyage

CAMPAGNES DE VENTES

24,616	\$ 10,627
18,337	68,966
58,912	99
6,133	5,374
0	455
364,641	0
19,210	0
\$ 491,849	\$ 85,521

Présentation commerciale

Nouveaux projets

Dépense pour livre de recette

Dépenses diverses de promotion

Guide du professeur

Détailants et consommateurs

Pamphlets sur le barbecue

DEPENSES DE PROMOTION

2,811	\$ 10,814
888	819
5,758	6,284
9,111	9,070
3,974	3,998
35,180	32,140
\$ 57,722	\$ 63,125

Frais de voyage du personnel

Affranchissement postal

Bureau

Loyer

Téléphone

Salaires

voir notes ci-jointes

5861

1984

PRELEVES DES PRODUCTEURS		INTERETS ET PERMIS	
944,310	\$	13,637	
957,947		930,573	
DEPENSES			
ADMINISTRATION			
Autres dépenses administratives (Annexe 1)			
130,353		160,427	
245,858		206,662	
240,397		182,839	
616,608		549,928	
PROMOTION			
GENERAL			
Campagnes auprès des institutions			
71,023		51,162	
491,849		85,521	
57,722		63,125	
620,594		199,808	
Etude du marché			
Don à la recherche			
14,250		79,750	
4,919		5,576	
16,752		14,003	
10,000		10,000	
8,811		6,184	
101,762		161,242	
722,356		361,050	
AUTRES			
Perte ou profit sur la vente d'immobilisations			
(1,022)		601	
(1,022)		601	
1,337,942		911,579	
(379,995)		18,994	
REVENUS DE L'ADMINISTRATION ET DE LA PROMOTION			
COMMERCIALISATION DU DINDON			
Vente de dindons			
209,087		355,046	
213,235		355,895	
(4,148)		(849)	
Autres dépenses			
2,265		13,298	
447		860	
29		0	
2,741		14,158	
(6,889)		(15,007)	
68,987		69,726	
68,987		73,713	
SURPLUS DES DEPENSES EN RAPPORT AUX REVENUS de l'année			

your notes ci-jointes

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

ETAT DU SOLDE DU FONDS

AU 31 DECEMBRE 1985

1984	1985
SOLDE DU FONDS, au début de l'exercice	\$ 614,910
EXCEDENT (des dépenses sur les revenus)	(317,897)
	<u>73,713</u>
SOLDE DU FONDS, à la fin de l'exercice	<u>\$ 297,013</u>
	<u>\$ 614,911</u>

voir notes ci-jointes

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

BILAN

AU 31 DECEMBRE 1985

A C T I F

1985 1984

ACTIF A COURT TERME

Encaisse	\$ 92,736	\$ 48,751
Dépôts à Terme	0	249,740
Comptes à recevoir (note 2)	194,632	209,664
Inventaire	0	154,591
Dépenses prépayées (note 3)	203,598	4,364
IMMOBILISATIONS	490,966	667,110
(note 4)	48,098	49,347
	\$ 539,064	\$ 716,457

P A S S I F

A COURT TERME

Créditeurs et frais courus	\$ 242,051	\$ 101,546
SOLDE DU FONDS	297,013	614,911
	\$ 539,064	\$ 716,457

voir notes ci-jointes

Approuvé au nom du Conseil d'Administration

Administrateur

William A. Chumet

Administrateur

Carl F. Bala

ROBINSON, LOTT & BROHMAN
CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS

E. G. ROBINSON, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.
W. H. MONTGOMERY, C.A.
D. J. WEILER, C.A.
D. H. MACKENZIE, C.A.
J. W. WRIGHT, C.A.

R. W. LOTT, C.A.
K. W. EDWARDS, C.A.
J. O. ARNOLD, C.A.
A. PERRON, C.A.
G. C. ROBINSON, C.A.
R. E. WIGHTMAN, C.A.

RAPPORT DES VERIFICATEURS

Aux Membres de
L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon, au 31 décembre 1985, ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances. A notre avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de l'Office, au 31 décembre 1985, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

Robinson, Lott & Brohman

Comptables Agréés

Guelph, Ontario
Le 10 février 1986

POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1985

ETATS FINANCIERS

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

Pour conclure, je désire féliciter le Conseil national de commercialisation des produits agricoles qui, sous une nouvelle présidence intérimaire, a entrepris une réorganisation et est maintenant un organisme réceptif aux questions affectant les offices. Je désire également exprimer mon appréciation pour l'appui que j'ai reçu des directeurs et en particulier pour l'influence stable et positive de Bill Christmas, notre président. Une direction empreinte d'esprit progressif, que renforce l'appui loyal de notre personnel au complet, procure la stimulation nécessaire pour assurer la viabilité constante de notre entreprise.

Respectueusement soumis,



Ken Crawford

Directeur Général

Bien que de nombreuses autres questions, telles que la Politique d'attribution aux multiplicateurs, les amendements à notre Plan de commercialisation, les révisions à notre Politique d'attribution du contingent, etc. demeurent en instance, elles n'ont pas le même caractère d'urgence que les questions relatives à l'approvisionnement du marché qui est le pivot de notre industrie.

exigences de l'industrie.

qu'en les traitant conjointement que l'on parviendra à faire face aux concerne l'approvisionnement du marché. L'un dépend de l'autre et ce n'est haut. Il vous reste à résoudre le problème du facteur temps en ce qui mesures positives mais qui ne s'appliquent qu'à l'un des défis mentionnés plus catégorisation des contingents pour l'année de production 1987. Ce furent des qu'une étude soit entreprise immédiatement pour déterminer la possibilité de males pour servir l'industrie de conditionnement. Vous avez également demandé majeure en établissant une allocation spécifique pour la production de dindons relever n'importe quel défi. En octobre 1985, vous avez franchi une étape provincial, nous avons à notre disposition les auxiliaires nécessaires pour commercialisation des produits agricoles et de notre Accord fédéral-

Nous avons une mission et, par le truchement de la Loi sur les offices de

de l'offre et de la demande en 1987.

demande à mesure qu'ils se produisent, si nous voulons parvenir à un équilibre immédiatement ses schémas de production pour répondre aux changements dans la importations. Par conséquent, il incombe à l'Office de rectifier cette situation en 1986 et nous devons avoir encore recours à de fortes pouvons pas, du fait des contraintes de la production, remédier entièrement à des mesures opportunes et des décisions de production judiciaires. Nous ne A l'heure actuelle, nous devons admettre qu'il nous faut de nouveau prendre

Le contingent canadien total était supérieur de	3.78%
L'abatage de dindons a été supérieur de	8.09%
L'abatage de dindons femelles a été supérieur de	6.75%
L'abatage de dindons males n'a augmenté que de	2.69%
Les importations totales ont augmenté de	49%

situe clairement le problème.

nouveau déséquilibrés. La comparaison suivante de 1985 par rapport à 1984 ont totalisé 5.7 millions de livres et qu'en fin d'année les stocks étaient de s'est pas produit et la pénurie sur le marché était telle que les importations nécessité d'en augmenter la production pour 1985. Malheureusement, cela ne compte durant 1984 d'un accroissement de la demande de dindons mâles et de la Pour expliquer plus clairement ces défis, disons que nous nous étions rendu

de le produire aux moments opportuns et dans les régions appropriées. vendeurs un approvisionnement suffisant du produit adéquat. Le second était répondre aux changements avérés du marché. Le premier était d'assurer à nos je veux parler étaient simplement deux défis spécifiques à relever pour qu'à nouveau nous ne réagissions plus aux indices du marché. Les indices dont positive. Toutefois, en cours d'année, il devint de plus en plus évident 1985, à l'exemple des trois années précédentes, commença sur une note

répondant par des mesures opportunes et des décisions de production réfléchies. résultats avaient été obtenus en tenant compte des indices du marché et en y s'équilibrèrent et les prix se stabilisèrent à tous les niveaux. Ces Durant les trois ans ayant précédé 1985, notre production augmenta, nos stocks stocks élevés et des bas prix, l'industrie amorça un revirement judicieux. période troublée durant laquelle nous avons connu une production radicale, des d'abord analyser les trois années qui l'ont précédée immédiatement. Après une Avant de procéder à l'analyse rétrospective de l'année 1985, nous devrions

particulièrement rapides.

du consommateur. Dans le cas de notre industrie, ces changements ont été produits, le perfectionnement des techniques de production et les préférences l'interaction des tendances extérieures du marché sur la création de nouveaux ces extrêmes. Cette tâche pondératrice est extrêmement difficile du fait de est de nature pondératrice, devant s'efforcer de trouver un moyen terme entre On doit par conséquent admettre que la tâche d'un office de commercialisation

consommateurs.

protéger, de même que le préjudice éventuel aux transformateurs et aux préjudices à long terme aux producteurs que l'Office a précisément pour but de adéquates, au moment adéquat et aux prix adéquats, pour éviter les graves tendances du marché et à assurer la production adéquate, en quantités Pour remplir son mandat, un office doit opérer de façon à reconnaître les

J'ai la ferme conviction qu'un rapport annuel devrait être un énoncé équilibré des facteurs tant positifs que négatifs qui reflètent la stabilité actuelle et future d'une industrie. De plus, il devrait souligner les secteurs de progrès majeur, mais devrait également définir clairement ceux où la procrastination a entravé la viabilité et l'essor.

C'est le seul moyen de donner aux actionnaires, ou dans notre cas aux producteurs membres, une nette idée de notre progression ou le cas échéant de notre régression et, dans l'un ou l'autre cas, de ses causes.

Nous devons d'abord nous rappeler que l'OCCD est une personne morale, d'une structure similaire à celle d'une société privée, avec un président, un conseil d'administration et un personnel administratif, exploitant une industrie dont les ventes annuelles dépassent 300 millions de dollars. A ce titre, nous devons envers le public d'examiner continuellement nos opérations dans le contexte de notre mandat, en ce qui concerne les conditions actuelles et futures du marché.

Toutefois, contrairement aux autres sociétés, la nature fondamentale d'un office de commercialisation est en soit un véritable paradoxe.

D'une part, nous existons parce que les tendances normales du marché, ou plus communément la libre entreprise, imposent aux producteurs des contraintes généralement considérées pénibles ou préjudiciables. D'autre part, toute tentative de réorientation ou de suppression des tendances naturelles du marché entraîne des frais que doivent supporter les producteurs, les transformateurs ou les consommateurs, ou les uns et les autres.

En terminant, je désire exprimer ma sincère gratitude pour la coopération et le support que les Directeurs m'ont accordé durant mon terme comme Président. J'aimerais tout spécialement remercier les membres du Comité Exécutif pour leur dévouement et notre personnel compétent pour tout leur travail qu'ils ont accompli pour moi, ainsi que leur support et leur encouragement qu'ils m'ont offert durant ces trois dernières années. Si j'ai des qualités en tant que votre Président, c'est la qualité de reconnaître quelques-unes de mes inaptitudes et de reconnaître les capacités de ceux qui m'entourent, c'est-à-dire les Directeurs, les membres du Comité Exécutif, le Directeur Général et le personnel et de leur demander de jouer encore un plus grand rôle, si faisable, afin d'assurer le bien-être futur de notre industrie.

Merci beaucoup.

Respectueusement soumis,

William A. Chrismas

William A. Chrismas
Président

Ce système recueillera les mouvements interprovinciaux des dindonneaux, permettant aux provinces de projeter adéquatement leur production. Un plan de commercialisation médium à long terme a été développé et a apporté la formation du Comité Consultatif sur la Promotion comprenant des transformateurs primaires, des conditionneurs, des détaillants et des producteurs. Ceci à notre connaissance est la première fois que tous les segments de l'industrie participent dans le processus des décisions à faire et le travail semble être une réussite. Les développements des marchés d'exportation furent également une de nos priorités et commencent à progresser avec l'aide continue. Le développement et la mise en place d'une méthode efficace des coûts pour l'actualisation des composants des coûts changeants de nos GDP, réduisant par conséquent des études dispendieuses, fut également une étape principale. Une meilleure communication et compréhension avec le C.N.C.P.A. furent accrues par l'établissement des réunions trimestrielles avec notre Comité Exécutif. Un niveau de respect et de communication a également évolué avec des organisations nationales tel que le C.C.T.O.V.. Cela sont quelques-uns de nos accomplissements.

Il y a cependant plusieurs sujets qui devront être complétés durant l'année à venir. Les modifications à l'Article 24 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, les modifications à notre Plan de commercialisation, la politique de reproduction des multiplicateurs et la catégorisation. Tous ces sujets devront être traités et des politiques mises en place pour la croissance continue et la viabilité de l'industrie dont nous avons l'avantage. Nous serions insouciant si nous ne considérons pas le "libre échange" comme une inquiétude faisant face à tous les participants de notre industrie. J'ai confiance que les décisions qui sont requises peuvent être aisément prises, si nous continuons de penser en termes du bénéfice national pour l'industrie entière.

En tant que votre Président, je suis très fortuné en vous soumettant ce rapport à cette douzième assemblée annuelle de l'OCCD. Je suis chanceux parce que vous avez eu suffisamment de confiance en moi pour m'avoir votre Président pour trois années consécutives. A compter d'aujourd'hui, je me retire comme Président et le 26 février 1986, je me retire également comme Président de notre office provincial de commercialisation. J'ai toujours été de l'opinion que toute industrie qui progresse doit donner l'opportunité à des gens nouveaux afin de les motiver.

Je profite de cette opportunité pour réviser quelques sujets positifs et pour souligner les décisions prises par nos Directeurs durant les trois dernières années. Je ne vais pas restreindre mes commentaires seulement à l'année courante, étant donné que le développement principal normalement prend une plus longue période. Trois spécifiques exemples sont la politique d'exemptions d'exportations, la politique de la reproduction primaire et le plus important sont les politiques administratives internes et externes de l'Office.

Inclus également et qui continue de s'améliorer est notre système de communication et d'information. Nous croyons que notre banque de données, laquelle a commencé sur une base manuelle en 1982, est maintenant programmée dans l'ordinateur sur une base provinciale et nationale, le système le plus à jour dans notre industrie. En collaboration avec les gouvernements canadiens, un système est en train d'être mis en place, que lorsque complet, améliorera l'exactitude des projections de notre marché.

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

DOUZIEME REUNION ANNUELLE

LE 19 MARS 1986 - 14H00

SALON RICHELIEU

HOTEL SKYLARK, OTTAWA

O R D R E D U J O U R

1. Appel à l'Ordre

2. Approbation de l'Ordre du Jour

3. Présentations

4. Confirmation des Membres ayant Droit de Vote

5. Approbation du Procès-Verbal de la Onzième Réunion Annuelle

6. Rapport du Président

7. Rapport du Directeur Général

8. Rapport Financier des Vérificateurs

9. Conseil National de Commercialisation des Produits Agricoles: M. Ralph Barrie, Président Suppléant

10. Autres

11. Date de la Treizième Réunion Annuelle

12. Ajournement de la Douzième Réunion Annuelle

13. Réunion des Directeurs (Election du Conseil d'Administration)

CONSEIL D'ADMINISTRATION 1985

- M. William Christmas

Président

- M. Arthur Roder

Vice-Président

- M. Walter Redekop

Conseiller Exécutif

Manitoba

Ontario

Colombie-Britannique

Saskatchewan

Alberta

Québec

Nouveau-Brunswick

Nouvelle-Ecosse

- M. Jack Rynsburger

Directeur

- Mr. Dale Enarson

Directeur

- M. Laurent Mercier

Directeur

- M. Malcolm Sprague

Directeur

- M. David Davies

Directeur

PERSONNEL DE L'OCCD 1985

- Directeur Général

M. Kenneth Crawford

- Adjointe à l'Administration

Mme Margaret Krowchuk

- Directeur de la Recherche Economique

M. Philip Boyd

- Analyste du Marché

M. Stan Skruch

- Economiste-Ménagère

Mlle Marie Fahey

- Secrétaire Exécutive

Mme Lise Turner

- Secrétaire Administrative

Position vacante

TABLE DES MATIERES

Conseil d'Administration.....	1
Ordre du jour - Douzième Assemblée Annuelle	2
Rapport du Président	3
Rapport du Directeur Général	6
Rapport des Etats Financiers	10
Rapport sur la Revue des Marchés.....	18
Rapport sur les Politiques.....	25
Rapport des Comités.....	29
Rapport sur la Promotion et Commercialisation.....	33

DOUZIEME RAPPORT ANNUEL

DE

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

pour Présentation au

Ministre de l'Agriculture
L'Honorable John Wise

Le Conseil National de Commercialisation
des Produits Agricoles

et à

La Douzième Assemblée Annuelle
des Producteurs de Dindons

Mercredi, le 19 mars 1986
Ottawa, Ontario

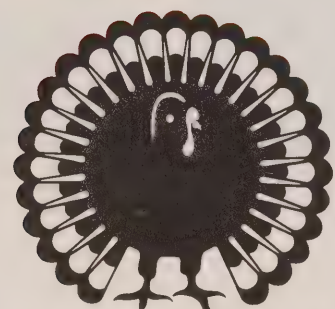
RAPPORT ANNUEL
1985



L'OFFICE CANADIEN DE
COMMERCIALISATION DU DINDON

CA1
DB60
- A56

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY



**CANADIAN
TURKEY**



ANNUAL REPORT

1986



THIRTEENTH ANNUAL REPORT
of the
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

for Presentation to:

**The Minister of Agriculture
The Honourable John Wise**

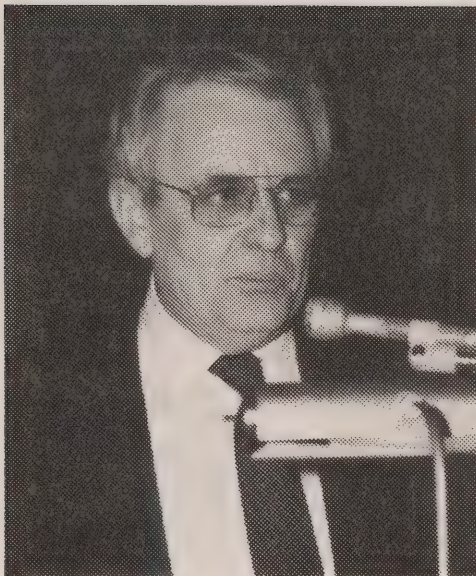
**The National Farm Products
Marketing Council**

and the

Thirteenth Annual Turkey Producers' Meeting

**Wednesday, March 18, 1987
Ottawa, Ontario**

TABLE OF CONTENTS		Page
Officers and Directors		3
Chairman's Report		4-5
General Manager's Report		6
Financial Report		7-13
Market Review Report		14-15
Policy Report		16-17
Committee Reports		18
Promotion and Marketing Report		19-20



Ken Crawford,
General Manager



Art Roder,
Chairman

1986 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman	Mr. Arthur Roder	Ontario
Vice-Chairman	Mr. Walter Redekop	British Columbia
Executive Member	Mr. Malcolm Sprague	New Brunswick
Director	Mr. Les Doell	Alberta
Director	Mr. Jack Rynsburger	Saskatchewan
Director	Mr. Ellis Penner	Manitoba
Director	Mr. Laurent Mercier	Quebec
Director	Mr. Stan Downe	Nova Scotia

1986 CTMA STAFF

Mr. Kenneth Crawford	General Manager
Mrs. Margaret Krowchuk	Administrative Assistant
Mr. Philip Boyd	Director of Economic Research
Mr. Stan Skruch	Market Analyst
Mrs. Lise Turner	Executive Secretary
Mrs. Elise Mereweather	Policy Secretary
Mrs. Ginette Fenech	Secretary



CHAIRMAN'S REPORT

It seems like only yesterday that I was elected Chairman for 1986. It has been a very busy year that presented many challenges. It is difficult to give a detailed picture of what took place throughout the year, but I will attempt to give the highlights in this brief report.

In early 1986, many producers across the country were interviewed to provide the data needed to update the variable cost components of our COP. This work was carried out by the firm of Dunwoody & Associates with assistance from CTMA staff. Producer response and cooperation was excellent. A special word of thanks goes to all those who participated. Your input in these surveys is imperative. One of the fundamentals of supply management is the requirement to have COP models that are defensible to the public. The only way this can be achieved is through the cooperation of the producers to ensure the data collected most accurately represents the actual costs of producing turkey. The need for accurate data is emphasized by the fact that the results are used extensively in determining comparative advantage for quota allocations.

In July of 1986, the NFPMC approved the updated COP for use. Along with their approval they served notice that the Agency would be required to do a full survey in the near future. It has been the position of the Agency that we will not undertake a full study until the ground rules are fully agreed upon by Council and the Agency. Experience has shown that these studies are costly and the guidelines for COP studies for chicken and eggs cannot be applied to turkey because of the diverse production practices of our industry. Hopefully, through consultation, a compromise can be reached and a full study undertaken with some confidence that the end results will be valid.

1986 saw our markets change more rapidly than had ever been experienced by this industry. More and more of our product is being sold in fresh form and as further processed products. The increased disappearance was more than had been projected or even thought possible by many in the industry. The changes in marketing practices took place at a more rapid pace than we could adapt to them, or perhaps wanted to adapt.

The need for a more steady supply of raw product lead to the implementation of categorization of production by class and period for 1987. The provinces have undertaken to try and reach the targeted production by class and category on a voluntary basis. This year of transition will give producers time to adjust their production practices to more closely meet the requirements of the market. The Agency

should then be in a position to implement a system of periodic penalties for 1988, to ensure that the production targets are met.

In the past year, we have developed a data bank that is capable of giving Directors the most up-to-date and accurate information available, as well as the ability to forecast potential problem areas in the future. With this information and the implementation of communication systems between the Agency and provincial offices, Directors should be more informed of what is happening across the country as well as in their own provinces. As I alluded to previously, this information is only good if we are prepared to use it. I believe the record of forecasting by the Agency staff has been excellent, but the record of Directors taking action on those forecasts shows room for improvement.

The past year had its share of external pressures that the Agency has had to answer. The Neilsen Task Force, Freer Trade talks, as well as reviews of both the Global and Supplemental import systems have been monitored by the Agency. The two potentially most damaging are the Neilsen Report and the continuing Freer Trade talks.

The Neilsen Report is supposedly not government policy and has been put on the shelf. In fact, many sections are currently being implemented and it remains an easy reference document for the future. It does not speak well for supply management.

The Freer Trade talks are much harder to respond to because we are not really sure where they are headed. We have had representation at many functions relating to the talks to make sure our side of the supply management story is told. Our representation on the Canadian Federation of Agriculture has been most useful in this regard, and I would encourage continued representation by the Agency. The CFA is considered to be one of the strongest lobbying groups in Ottawa and it is beneficial to be part of that group. The upcoming GATT talks will also require attention in the coming year.

The most current internal matter that is under review is the upgrading of our Overbase Policy. We all agree that a permanent formula would go a long way in solving many of our problems in allocating quota. But we must be realistic enough to understand that as our markets change we must be prepared to develop policies that will respond to those changes. If we do not act responsibly, more external pressures will be brought to bear, and we will not have a defense.

In short, the responsibility rests with the Directors of this Agency. That responsibility has been given to us and if we cannot handle it, it can be taken away.



I believe that with continued communication and cooperation we won't have to worry about that happening.

1987 will undoubtedly be as challenging as the past year was. If we are committed to addressing our markets then we have to take positive action that will address those markets as they change. We must be prepared to look to the future rather than the past. If 1986 taught us anything, it was that planning based on historical data is no longer the route to follow. If we want our markets to continue to expand we have to be more aggressive in setting our production targets. We need to do a better job of ensuring that the Canadian market is filled with Canadian product.

I would like to take this opportunity to thank the Executive members for their assistance and cooperation in the past year in making a sometimes difficult job a little easier. A thank you as well to the rest of the Directors for your patience and understanding.

A special thanks to Ken Crawford and his Staff. Your help is appreciated and your professional conduct has made this Agency the model for others to follow.

Respectfully submitted,

Art Roder, Chairman



GENERAL MANAGER'S REPORT

It is a sincere pleasure for me today to present this annual report on your agency's position for 1986. It was a year which has to be considered an historic milestone for our industry. Although it was not a year without significant challenge and continuous pressure on the members and staff, it was a year we will remember with a true sense of accomplishment.

Even though producers and all industry sectors have enjoyed five years of relative stability and excellent returns, and 1985 showed minimal growth in consumption, it was in 1986 that we finally shattered the per capita consumption barrier and enjoyed a 6.68% increase in product disappearance. This occurred as a direct result of major breakthroughs in marketing for fresh whole birds and fresh cut up; further processed products with increased shelf life, in both the fresh and frozen form; as well as your ability as producers, to adjust your production patterns in response to the demand. However, I would be remiss if I did not also warn you of increasing competition from our competitive meat sectors who are launching mammoth campaigns to win back market share. There is no room for complacency and the methods we developed throughout 1986 to accomplish this growth must be continually expanded and fine tuned to maintain, let alone capture additional market share. The potential cost of complacency is already beginning to impact on Canadian turkey producers as we enter 1987. We cannot let this continue.

As a complete market review is included in the annual report, I will not go into great detail at this time. It is important to note, however, that growth does not occur without attracting certain costs to various components of our industry, due mainly to the structure of our production system. The costs to which I refer are increased imports (1986 was 50% higher than 1985), increased wholesale prices (prompted by tight supply), producer premiums (prompted by competition for market share by processors), provincial posturing (due to profitability). These costs impact on new market development and capital utilization by industry and product availability to the retail and HR&I sector. The ultimate cost is the restriction to even greater growth than we recently experienced which in turn impacts on the total production and marketing sector of our industry.

As mentioned earlier, we should remember 1986 with a true sense of accomplishment as the Agency took the first major steps required to alleviate the industry costs to which I have just referred. Again, I will not go into detail as the major steps undertaken were in the form of production policies which are also included in the annual report. I must, however, comment on two of the policies, which though partially in

place, are still being researched and expanded to better meet our requirements.

The first is classification of production. This policy when fully implemented would assure that production occurs at the right time, in the right type and in the right place to supply market growth. Tied directly to this policy, is the overbase allocation formula which determines the provincial market shares and assures market shifts are identified and supplied through classification.

The second policy is that of cost of production. Due to the complexity of turkey production, new methods are being developed to obtain accurate and defensible costs for producing each class of turkey. As provincial costs of production are used for the comparative advantage criteria in the overbase allocation formula, they have taken on even greater importance and must be accurate.

The point I wish to stress is simply, that we cannot relax in regard to continuous development and refinement of production policies. Our data base and market information system is being continually expanded to provide you with the market expertise required to meet the production demands of developing markets. Our internal administrative systems are being analysed and upgraded to assure our mandate is being fulfilled in an efficient and timely manner.

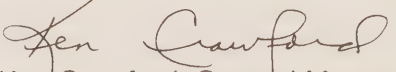
We must always be fully conversant with the industry and government regulatory bodies in view of the many changes occurring as a result of the Neilsen report on deregulation and the government's position on Freer Trade with the U.S. Both of these issues are of serious consequence to the agricultural sector and more specifically to the marketing board system.

In concluding, I would like to take this opportunity to express my appreciation to our Chairman and his Executive for their time and valuable input throughout 1986 and to all Directors for their positive attitude in developing policy and resolving issues.

A very special thanks to Marg, Phil, Stan and our other staff members who have made our accomplishments possible through their dedication to our industry.

1986 was a record year, 1987 can be even better. It is incumbent upon us all to provide the direction and expertise to fulfill our mandate, dispel our critics and prove that supply management works to the benefit of everyone from producer to consumer.

Respectfully submitted,


Ken Crawford, General Manager



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1986



Auditors' Report

To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of the Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1986 and the statements of equity and operations for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the agency as at December 31, 1986 and the results of its operations for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Guelph, Ontario
February 17, 1987

Robinson, Lott & Brohman
Chartered Accountants



CTMA BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 31, 1986

Assets

	1986	1985
CURRENT		
Cash	\$111,339	\$ 92,736
Accounts receivable (note 2)	265,406	194,632
Prepaid expenses (note 3)	17,571	203,598
	<u>394,316</u>	<u>490,966</u>
FIXED (note 4)	56,394	48,098
	<u>\$450,710</u>	<u>\$539,064</u>

Liabilities

CURRENT		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 82,722	\$242,051
EQUITY	367,988	297,013
	<u>\$450,710</u>	<u>\$539,064</u>

Approved on behalf of the Board

Art Roder, Director

Walter Redekop, Director

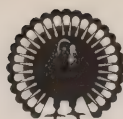
see accompanying notes



CTMA STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1986

	1986	1985
EQUITY, beginning of year	\$297,013	\$614,910
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE (EXPENDITURE OVER REVENUE) for the year	70,975	(317,897)
EQUITY, end of year	<u>\$367,988</u>	<u>\$297,013</u>

see accompanying notes



CTMA STATEMENT OF OPERATIONS FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1986

	1986	1985
REVENUE		
Producer levies	\$1,498,390	\$ 944,310
Interest and licences	6,097	13,637
	<u>1,504,487</u>	<u>957,947</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Other administrative (schedule 1)	240,429	130,353
Remuneration to officers and staff (schedule 1)	257,364	245,858
Directors and staff travel (schedule 1)	202,990	240,397
	<u>700,783</u>	<u>616,608</u>
PROMOTION		
GENERAL		
Hotel, restaurant and institutional promotion	105,947	71,023
Sales promotion (schedule 1)	513,707	491,849
Promotion overhead (schedule 1)	48,574	57,722
	<u>668,228</u>	<u>620,594</u>
MARKETING AND DEVELOPMENT		
Market research	49,852	47,030
Donations to research	0	14,250
Promotion committees	6,063	4,919
Advertising in farm papers	16,208	16,752
Information program	18,000	10,000
Export and domestic market development	33,154	8,811
	<u>123,277</u>	<u>101,762</u>
	<u>791,505</u>	<u>722,356</u>
OTHER		
Loss (gain) on disposal of fixed assets	0	(1,022)
	<u>0</u>	<u>(1,022)</u>
	<u>1,492,288</u>	<u>1,337,942</u>
REVENUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>12,199</u>	<u>(379,995)</u>
MARKETING OF TURKEYS		
Sale of turkeys	0	209,087
Cost of turkeys sold	0	213,235
Gross profit (loss)	<u>0</u>	<u>(4,148)</u>
Other expenses		
Storage costs	0	2,265
Insurance	0	447
Commissions	0	29
	<u>0</u>	<u>2,741</u>
LOSS ON SALES	0	(6,889)
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (note 6)	<u>58,776</u>	<u>68,987</u>
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE (EXPENDITURE OVER REVENUE) for the year	<u>\$ 70,975</u>	<u>\$ (317,897)</u>

see accompanying notes



CTMA SCHEDULE OF EXPENSES FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1986

	1986	1985
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 24,484	\$ 22,594
Contract projects	79,254	(684)
Audit	6,300	6,585
Telephone and telex	15,358	13,227
Office supplies and expense	21,342	21,105
Postage and courier	6,897	3,064
Consultative committee	2,352	2,539
Insurance	416	343
Translations	14,974	8,200
Sundry administration	4,960	4,862
Depreciation	21,203	13,558
Office contract services	5,759	2,306
Rent, taxes and utilities	30,814	32,654
Interest expense	6,316	0
	<u>\$240,429</u>	<u>\$130,353</u>
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$180,040	\$161,731
Directors' fees	47,884	56,343
Employee benefits	29,440	27,784
	<u>\$257,364</u>	<u>\$245,858</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$149,123	\$194,106
Staff travel	40,628	34,632
Meeting rooms	12,184	10,390
Travel insurance	1,055	1,269
	<u>\$202,990</u>	<u>\$240,397</u>
SALES PROMOTION		
Trade shows	\$ 19,886	\$ 24,616
New projects	24,254	18,337
Recipe book	46,334	58,912
Sundry promotion	4,393	6,133
Teacher's guide	9,718	0
Retail and consumer	409,122	364,641
Barbecue brochure	0	19,210
	<u>\$513,707</u>	<u>\$491,849</u>
PROMOTION OVERHEAD		
Staff travel	\$ 1,757	\$ 2,811
Postage	2,176	888
Office	5,748	5,758
Rent	9,965	9,111
Telephone	4,702	3,974
Salaries	24,226	35,180
	<u>\$ 48,574</u>	<u>\$ 57,722</u>

see accompanying notes



CTMA NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1986

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment, 30% per annum for the computer equipment and automobile and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. ACCOUNTS RECEIVABLE

	1986	1985
Producer levies	\$264,706	\$193,951
Accrued interest	700	681
	<u>\$265,406</u>	<u>\$194,632</u>

3. PREPAID EXPENSES

The prepaid expenses consist of:

	1986	1985
Promotion	\$ 15,880	\$201,951
Insurance	1,641	1,647
Travel advance	50	0
	<u>\$ 17,571</u>	<u>\$203,598</u>

The prepaid promotion relates to the 1987 campaign.

4. FIXED ASSETS

	Asset Cost	Accumulated Depreciation	1986 Net Book Value	1985 Net Book Value
Automobile	\$ 20,020	\$ 6,707	\$ 13,313	\$ 19,019
Computer equipment	45,281	22,040	23,241	11,605
Furniture and equipment	42,791	25,265	17,526	14,004
Leasehold improvements	9,974	7,660	2,314	3,470
	<u>\$118,066</u>	<u>\$ 61,672</u>	<u>\$ 56,394</u>	<u>\$ 48,098</u>

5. LEASE COMMITMENT

The agency is committed under several leases for office premises and equipment to pay the following:

1987	\$ 55,023
1988	55,023
1989	20,553
	<u>\$130,599</u>

6. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the agency as a result of the overproduction of turkey meat by several of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 1985 calendar year. The agency records these overproduction contributions when the funds are received and not on an accrual basis. These funds are considered to be a contingent asset until finalized because of forced majeure provision claims, adjustments to the Canada Department of Agriculture statistics or any other adjustments the agency feels are justified. The 1986 overproduction contributions, if any, will be recorded in the 1987 statement of operations.



MARKET REVIEW REPORT

Demand

Turkey consumption during 1986 grew by 6.5 million kilograms, or 6.5%—the largest single year increase in history. With this, consumption has now increased two years consecutively; the last years during which this occurred were 1973/74. Turkey disappearance of 105,546,000 kilograms suggests a per capita consumption of 4.1 kilograms. Consumers are responding positively to a greater variety of processed turkey products, cut-up turkey, and fresh and frozen whole carcass turkey being offered to them. (See Graph 1.)

Consumption of turkeys weighing more than eight kilograms eviscerated, being the main raw material input of the growing further processing industry, increased 3.3 million kilograms, or 7.5% from 1985. This category of turkey is assuming greater prominence in the industry each year.

In turkeys weighing between five and eight kilograms, demand was up 1.1 million kilograms, or 4.3%. Demand for under five kilogram turkey increased only slightly relative to 1985.

At the retail level, whole turkey prices as measured by the Consumer Price Index increased 4.1%, slightly lower than the general 6.4% increase for all meats.

Market research of at-home turkey consumption shows that in the January to April 1986 period, consumption of cut-up and processed turkey increased by 50% since this period in 1984. In the May to August period, cut-up and processed turkey consumption increased by more than 100% relative to this period in 1984. (See Graph 2.) September to December consumption has also doubled since the comparable period of 1984.

Supply

For the year, turkey slaughter was 104.8 million kilograms, an increase of 3.5 million kilograms, or 3.5% from 1985. This figure includes almost 1.9 million kilograms of live imports, the lion's share of which was required to satisfy further processor requirements.

Tom and mature slaughter showed the largest increase being 2.9 million kg or 6.9% greater than the previous year. Total kill of broiler turkey was down 1.0 million kg or 3.3% from 1985. Hen slaughter increased 1.6 million kg or 6.5%.

Wholesale turkey prices in Central Canada averaged slightly higher in 1986 than during 1985. The Grade A broiler markets showed no significant price change from 1985, while Grade A hen and tom wholesale prices increased 1% and 5%, respectively.

Live prices to producers did not fluctuate significantly during 1986. Broiler prices averaged 1.3 cents per kg lower than in 1985. Live hen and tom prices averaged within 1 cent of average 1985 live prices. Feed prices, which have been generally under pressure, precluded live prices from increasing in 1986.

Imports

1986 turkey imports totalled more than 4.5 million kg, the highest level of imports on record. These imports represent more than twice the volume of 1984 imports and an increase of more than 50% from 1985 imports.

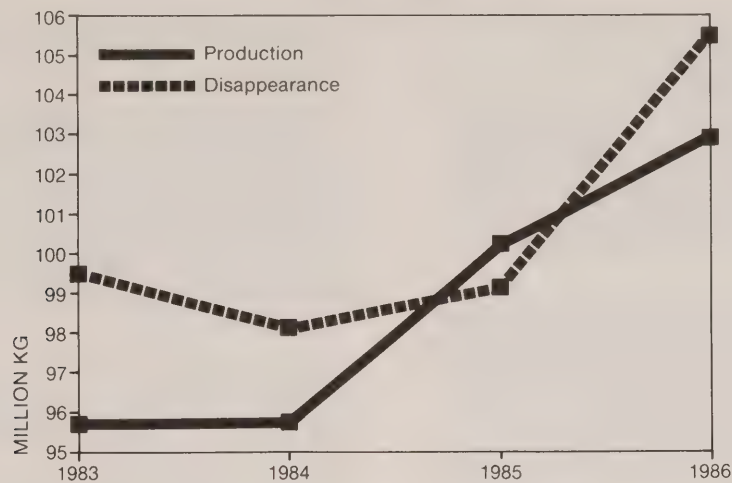
Global imports, which are allocated at 2% of the national production quota, accounted for 2.0 million kilograms. Supplemental imports which exist to accommodate short-term shortages in the market, were imported in the amount of 2.5 million kilograms. The majority of these supplemental imports were required where suitable domestic product was unavailable relative to the region of production. (See Graph 3.)

1987 turkey imports should be reduced in response to CTMA's classification of production by period.



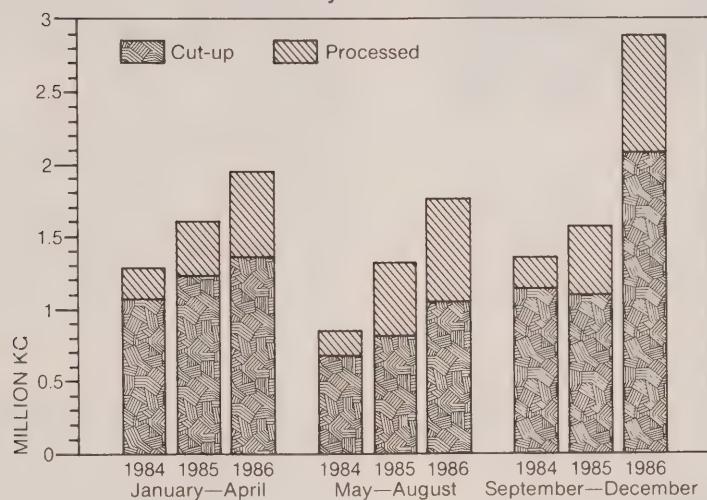
TURKEY PRODUCTION AND DISAPPEARANCE 1983—1986

Graph 1



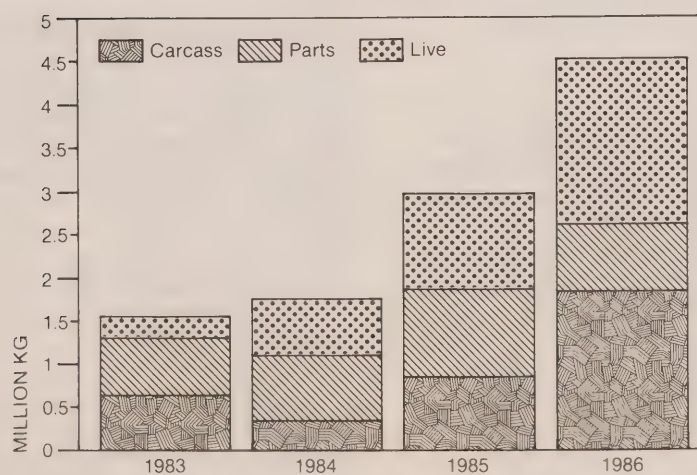
CUT-UP & PROCESSED TURKEY CONSUMPTION Canada by 4 Month Period

Graph 2



TURKEY IMPORTS 1983—1986

Graph 3





POLICY REPORT

Cost of Production Models

A. 1985 Cost Component Update:

In late 1985, CTMA commenced a field study to update production efficiency factors and energy costs, based on calendar year 1985. The producer interviews were held in January, February and March 1986, with final results being implemented in August, 1986.

This was the second such survey undertaken by the Agency, the first being based on 1983 production. Interim field surveys updating these factors, has proven to be a cost-effective manner by which to ensure that the COP models reflect the current technologies and efficiencies experienced in the field.

While the required producer sample size was achieved in most cases, there was some difficulty in obtaining producer cooperation. Those that did participate provided excellent records and were most cooperative. However, there is a need to remind producers that one responsibility they have to this marketing system is to participate in COP studies when required.

B. Livestock Feed Board of Canada:

Following two years of comparative analysis, the Agency adopted the provincial weekly average turkey feed prices, published by the Livestock Feed Board of Canada, to be used as the input for calculating feed costs. These prices were incorporated in the August 1, 1986 COP calculations, replacing the existing Provincial Board calculations. The objectivity and consistency between provinces of the feed cost calculations was enhanced by the use of independent third party data. Provincial Boards and the Agency have developed monitoring systems to ensure ongoing accuracy of the LFBC data.

The efforts and cooperation by the LFBC in responding to Agency recommendations made for a smooth transition.

C. COP Model Review:

Given the complex and changing structure of the production sector, some concern exists about using the field survey methodology to complete an update of the full cost of production. As set out above, this method has proven cost-effective for updating specific portions of the model. As a result of various evaluations, CTMA commenced a complete review of COP models in November 1986. The objective of the review is to develop an alternative methodology for establishing an updated cost formula, which is practical, defensible, and which can be used by the Agency members with a high degree of confidence. This review is expected to be complete by mid-1987.

Quota Allocation Policy

A. 1986 Amendment:

In June 1986, the CTMA incorporated provincial population forecasts for the year of allocation, into its quota allocation policy. Until that time historical population had been used in evaluating market sizes, and changes in the same. This amendment assisted in making the quota allocation procedures more market responsive and forward looking, rather than historically-based.

B. Classification:

Over the past two to three years, marketing of turkeys has changed dramatically. Fresh product supply of specific size ranges, was required at specific times of the year to meet demand growth for fresh carcass, cut-up and further processed turkey. As a result, pressure was being exerted on domestic supply. In late 1985, the Agency initiated discussion on classifying provincial allocations according to class of production (broilers, hens, toms) and periods of the year.

As demand patterns were changing, it became very necessary to adjust production patterns accordingly. In 1986, the CTMA Quota Regulation was amended to expressly provide for classification of provincial allocations. Based on market trends, the preliminary 1987 quotas were classified by type of turkey, and according to three, four-month periods—January to April, May to August, and September to December.

While classification was implemented on a target basis for 1987, Provincial Boards are making every effort to adjust production in their respective provinces to meet these targets. Ongoing monitoring and refinement of this process will ensure that turkey producers respond appropriately to a dynamic marketplace.

C. Allocation Policy Review:

Market shifts and growth, set out in greater detail elsewhere in this Annual Report, make it incumbent upon the Agency members to constantly review quota allocation procedures and amend as necessary. In October 1986, such a review was undertaken with outside consultation. Based on that, and three Executive Committee meetings, a presentation of potential procedure amendments was made to the directors in December. Provincial responses to the changes, agreed to in principle, were requested by mid-January 1987.

Briefly, the revisions presented involve a more realistic assessment of the principle of comparative advantage and a method by which to evaluate raw or fresh product requirements within the provinces.



It is expected that revisions will apply to 1988 quota allocations.

Multiplier Breeder Growth Policy

CTMA adopted a Multiplier Breeder Growth Policy in July 1986, in response to allegations that quota restriction on the marketing of spent breeders was prohibiting the expansion of egg and poult sales—domestically and abroad. The policy will be in place for 1987.

If a multiplier breeder operator expands his output of eggs and poults, and thus, the quantity of spent breeders above a predetermined reference level, three options are available:

- i spent breeders can be marketed under regular commercial quota held by the operator;
- ii the operator, subject to monitoring by the Boards and Agency, can export the increase of spent breeders;
- iii the increase in spent breeders can be sold through the Boards to the Agency for removal from the market.

The policy stipulates a semi-annual committee review to be undertaken. This review also applies to the CTMA Primary Breeder Credit Policy.

External Policy Developments

Throughout 1986, there have been three external policy developments of primary concern: the bilateral trade negotiations between Canada and the United States; the publication of the Neilsen Task Force Reports; the consultants' studies of global and supplementary import systems. The first two items have been subject to ongoing monitoring.

Agency responses and positions have been presented as required. Although the exact impact of each is unclear, it is probable that a combination of the two will result in some changes to this marketing system; whether or not changes are seen as necessary by producers. The details on these changes are only speculative at this point—close monitoring will continue.

In regard to the import systems review, CTMA has responded both by meeting and in writing to the global import system review, and is currently awaiting a meeting on the supplementary system study. Of major concern in this respect, is the potential change to the product substitution policy of STRB. It is expected that these discussions will be held early in 1987.

Looking Ahead into 1987

In addition to those items already presented as ongoing for 1987, other priorities include a review of the CTMA Export Credit Policy, and the expansion of market intelligence, particularly with respect to the Hotel, Restaurant and Institution trade. The Export Policy requires a review, and possible updating, of both eligible products and yield factors.

In December 1986, preliminary discussions were held with industry associates, primary and further processors, to pursue a means of collecting HR&I consumption data and fresh product throughput for further processing on a provincial basis. Unfortunately, resistance was met and the process halted. However, the HR&I use of turkey meat is continuing to grow, and as it accounts for about half of the turkey consumed in Canada, information is a definite requirement. Efforts will continue to develop some means of gathering reliable data from this sector. Without this, the Agency continues to run the risk of not fully satisfying specific and changing market requirements through its allocation procedures.



COMMITTEE REPORTS

Executive Committee

The eight provincial directors of CTMA elect each year from among themselves, a Chairman, Vice-Chairman and Executive Member to serve as the Executive Committee. The responsibility for overall administration of the Agency is delegated to the Executive by the Board. The Executive Committee supervises the day-to-day CTMA operation and prioritizes and makes recommendation to the Agency regarding policy and administrative issues. Also, the Executive members interface with NFPMC, other governmental departments and the industry, on behalf of CTMA. The Executive Committee met on eleven occasions during 1986.

In addition to their role in the administration of the Agency, the Executive members sit as a group on the Audit Committee and Promotion Advisory Committee. Individually during the past year members participated in the COP Update Committee, the Committee reviewing the role of the Industry Advisory Committee, as well as representing CTMA at many other functions. In 1986, the Committee provided guidance and direction in the development of classification of quota; finalization of the COP Update on 1985 costs; Multiplier Breeder Policy implementation; and the preliminary development of revised overbase allocation procedures.

Audit Committee

The Executive Committee and Staff members acting as the Audit Committee monitor the financial affairs of the Agency on an ongoing basis. Following completion of the audit of the 1985 financial records in February, 1986, the Committee met with the auditing firm and being satisfied that all books and records were in order, approved the financial statements.

Turkey Industry Advisory Committee

The Turkey Industry Advisory Committee voting members include representatives from the Canadian Poultry and Egg Processors' Council, Further Poultry Processors Association of Canada, Consumers Association of Canada, Retail Council of Canada, Canadian Hatchery Federation, Canadian Federation of Agriculture, and the Canadian Restaurant and Foodservice Association. Non-voting support members include representatives of Agriculture Canada, Special Trade Relations Bureau, Canadian Feed Industry Association and CTMA staff.

This Committee meets on a periodic basis during a year to assess production requirements for turkey and to recommend levels of quota both nationally and

regionally to the Agency. To carry out this function in 1986, the Committee met in February and June.

Formerly called the CTMA Consultative Committee, the title was changed to Turkey Industry Advisory Committee in May, 1986, following adoption by CTMA of revised terms of reference for the advisory group.

Production Committee

The CTMA Production Committee includes three provincial board managers representing Western, Eastern and Central Canada, who are appointed each year by the CTMA Chairman.

The mandate of the Committee is to analyse markets, production data, industry requirements, and to bring forward recommendations to CTMA Directors regarding annual global quota.

The Committee met in February and June of 1986.

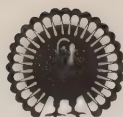
Promotion Advisory Committee

The major function of this Committee, which includes members of the processing and retail industry in addition to the CTMA Executive and Staff members, is to guide and oversee the development of the annual promotion of March as "National Turkey Month", to ensure that the intent and objects of the Agency are met and that industry co-operation is maintained.

In 1986, the Committee met in June to analyse the 1985 program and to review the proposal for March 1987, which was subsequently recommended for adoption by the Agency. The Committee participated in the June Promotion Seminar and met again in September to scrutinize and approve the promotion details for Turkey in March, 1987.

Managers' Committee

Provincial Board Managers and the CTMA General Manager form the Membership of this Committee which meets at the request of the Agency members. Analysis and development of technical detail for policies are the Committee's primary responsibility. The Committee met in September 1986 to discuss the Classification of Production and the implementation of the Multiplier Breeder Policy.



PROMOTION AND MARKETING REPORT

In 1986 CTMA continued to promote the month of March as National Turkey Month. 3.3 million coupons worth \$1.00 and redeemable on the purchase of whole turkey were distributed to consumers across Canada by direct mail coupon envelope. Additional awareness was created by the in-store placement of point-of-sale posters by a professional service. New features in this second year of the promotion included prizes worth \$1,000.00 in grocery products which were awarded in August to a winning contest entrant from each of the eight participating provinces. Also, the bright green logo of the Ability Fund/March of Dimes was featured on all printed promotion material. For every coupon redeemed, CTMA donated 10¢ to this organization for funding of their assistance programs for disabled Canadians.

One measure of success for this type of promotion activity is the coupon redemption. Each of the two years is over the A.C. Nielsen projections for redemption.

Contact with the foodservice industry was continued through participation in major foodservice trade shows across Canada and distribution of the foodservice newsletter "Today's Special Turkey" which contains recipes, plate photography and timely menu ideas.

At the annual marketing seminar held in June, provincial representatives evaluated and approved the proposed projects for 1987 including the continuation of the national turkey month promotion, participation in trade shows and updating of resource materials.

The turkey meat yield and cooking time study undertaken by Agriculture Canada in late 1985 was completed in July of this year and distributed to all interested parties. The CTMA recipe and resource Booklet "Turkey for Today" was updated and reprinted and additional student activity materials for the Teacher's Guide were produced.

CTMA export marketing included participation with the Department of External Affairs in the Canadian pavilion at Foodex '86, Tokyo, in March; and Food Pacific, Vancouver in September. The Japanese trade show, one of the major world food exhibitions, provides the opportunity for display of Canadian food products to Japanese and other world traders. The turkey booth experienced heavy traffic and interest through sampling and display of product.

Food Pacific, the first world class Canadian food exhibition held in Vancouver was organized to attract trade from the Pacific Rim countries. The turkey booth displayed fresh turkey products, including whole birds and cut up parts. Unfortunately, the international trade attendance was not as great as had been anticipated by the exhibit organizers.

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION (thousands of eviscerated pounds)*

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
British Columbia	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
Alberta	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
Saskatchewan	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
Manitoba	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
Ontario	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
Quebec	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
New Brunswick	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
Nova Scotia	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
Canada	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

*An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.



CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION

(thousands of eviscerated kilograms)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986*	1987	1988	1989
British Columbia	9,422	8,429	9,344	8,389	8,713	9,556	10,076			
Alberta	8,660	7,723	7,623	7,734	8,457	8,417	8,442			
Saskatchewan	3,705	3,338	3,785	3,709	3,780	3,838	3,994			
Manitoba	7,795	7,267	7,751	7,337	7,331	7,847	8,044			
Ontario	42,053	41,231	41,560	43,266	41,750	43,167	44,756			
Quebec	23,863	22,003	22,765	22,335	22,276	24,305	24,253			
New Brunswick	1,045	1,091	1,169	1,020	1,178	1,276	1,295			
Nova Scotia	1,933	1,725	1,667	1,872	1,588	1,767	2,109			
Canada	98,476	92,807	95,664	95,662	95,073	100,173	102,969			

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
British Columbia	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
Alberta	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
Saskatchewan	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
Manitoba	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
Ontario	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
Quebec	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
New Brunswick	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
Nova Scotia	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
Canada	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
British Columbia	9.57	9.08	9.77	8.77	9.16	9.54	9.79			
Alberta	8.79	8.32	7.97	8.08	8.90	8.40	8.20			
Saskatchewan	3.76	3.60	3.96	3.88	3.98	3.83	3.88			
Manitoba	7.92	7.83	8.10	7.67	7.71	7.83	7.81			
Ontario	42.70	44.43	43.44	45.23	43.91	43.09	43.46			
Quebec	24.23	23.71	23.80	23.35	23.43	24.26	23.55			
New Brunswick	1.06	1.18	1.22	1.07	1.24	1.28	1.26			
Nova Scotia	1.96	1.86	1.74	1.96	1.67	1.77	2.05			
Canada	100	100	100	100	100	100	100			

*Preliminary



PRODUCTION HISTORIQUE DE DINDON (milliers de kilogrammes de dindon éviscéré)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986*	1987	1988	1989
Colombie-Britannique	9 422	8 429	9 344	8 389	8 713	9 556	10 076			
Alberta	8 660	7 723	7 623	7 734	8 457	8 417	8 442			
Saskatchewan	3 705	3 338	3 785	3 709	3 780	3 838	3 994			
Manitoba	7 795	7 267	7 751	7 337	7 331	7 847	8 044			
Ontario	42 053	41 231	41 560	43 266	41 750	43 167	44 756			
Québec	23 863	22 003	22 765	22 335	22 276	24 305	24 253			
Nouveau-Brunswick	1 045	1 091	1 169	1 020	1 178	1 276	1 295			
Nouvelle-Écosse	1 933	1 725	1 667	1 872	1 588	1 767	2 109			
Canada	98 476	92 807	95 664	95 662	95 073	100 173	102 969			

POURCENTAGE PROVINCIAL DE LA PRODUCTION CANADIENNE

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Colombie-Britannique	8,56	9,70	9,44	10,19	10,19	8,87	9,60	9,52	9,96	9,08
Alberta	8,40	8,23	8,78	8,71	7,50	8,49	8,19	8,06	7,44	8,00
Saskatchewan	3,82	3,25	3,77	3,82	3,77	3,62	3,60	3,55	4,11	3,62
Manitoba	8,50	8,47	8,47	7,97	8,36	6,93	8,40	8,57	8,22	8,12
Ontario	44,61	41,30	41,45	39,94	40,78	45,40	44,77	43,70	44,54	44,66
Québec	24,72	27,99	26,82	27,81	27,38	24,42	22,75	23,54	23,04	23,62
Nouveau-Brunswick	,51	,27	,22	,34	,65	,73	1,08	1,16	1,16	1,06
Nouvelle-Écosse	,88	,79	1,05	1,23	1,37	1,54	1,61	1,88	1,52	1,85
Canada	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

POURCENTAGE PROVINCIAL DE LA PRODUCTION CANADIENNE

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Colombie-Britannique	9,57	9,08	9,77	8,77	9,16	9,54	9,79			
Alberta	8,79	8,32	7,97	8,08	8,90	8,40	8,20			
Saskatchewan	3,76	3,60	3,96	3,88	3,98	3,83	3,88			
Manitoba	7,92	7,83	8,10	7,67	7,71	7,83	7,81			
Ontario	42,70	44,43	43,44	45,23	43,91	43,09	43,46			
Québec	24,23	23,71	23,80	23,35	23,43	24,26	23,55			
Nouveau-Brunswick	1,06	1,18	1,22	1,07	1,24	1,28	1,26			
Nouvelle-Écosse	1,96	1,86	1,74	1,96	1,67	1,77	2,05			
Canada	100	100	100	100	100	100	100			

* Préliminaire



RAPPORT SUR LA PROMOTION ET LA COMMERCIALISATION

En 1986, l'OCDD continua à promouvoir le mois de mars comme Mois national de la dinde, 3,3 millions de coupons de \$1 à valoir sur l'achat d'une dinde entière furent distribués aux consommateurs de tout le Canada au moyen d'un publipostage. Pour accroître la connaissance de la promotion par le public, des affiches avaient été placées dans les magasins par un service professionnel. Une nouveauté renforçait encore l'intérêt de cette deuxième promotion annuelle: un concours comportant huit prix consistant chacun en un certificat-cadeau de 1 000 \$ de produits alimentaires, qui furent décernés en août à un gagnant dans chacune des huit provinces participantes. De plus, le logo type vert vif du Fonds de réadaptation figurait sur tous les imprimés promotionnels. Pour chaque coupon honoré, l'OCDD fit don de 10¢ à cette organisation pour financer ses programmes d'assistance aux Canadiens handicapés.

Une mesure de la réussite de ce type de promotion est le nombre de coupons honorés. Il a été supérieur, pour les deux années, aux projections de A.C. Nielsen.

Le contact avec l'industrie de la restauration fut maintenu grâce à la participation aux principaux salons de la restauration du Canada et la distribution du bulletin "La dinde au goût du jour" qui comporte des recettes, des photographies et des idées de menu opportunes.

Lors du séminaire annuel de commercialisation qui eut lieu en juin, les représentants provinciaux ont évalué et approuvé les projets proposés pour 1987 comprenant la continuation de la promotion nationale du Mois de la dinde, la participation aux expositions commerciales et l'actualisation de la documentation.

PRODUCTION HISTORIQUE CANADIENNE DE DINDON

(milliers de livres de dinde éviscérée)*

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Colombie-Britannique	17 405	20 090	18 411	21 934	23 026	16 006	18 981	19 651	19 360	20 303
Alberta	17 097	17 041	17 123	18 759	16 944	15 316	16 199	16 649	14 468	17 903
Saskatchewan	7 770	6 740	7 344	8 221	8 525	6 535	7 111	7 338	7 996	8 092
Manitoba	17 284	17 533	16 525	17 155	18 901	12 494	16 615	17 687	15 987	18 151
Ontario	90 749	85 533	80 818	86 015	92 170	81 899	88 517	90 223	86 574	99 872
Québec	50 287	57 956	52 303	59 882	61 878	44 053	44 970	48 607	44 780	52 835
Nouveau-Brunswick	1 032	555	432	726	1 478	1 310	2 143	2 399	2 261	2 363
Nouvelle-Écosse	1 799	1 634	2 044	2 658	3 105	2 774	3 175	3 891	2 961	4 132
Canada	203 423	207 082	195 000	215 350	226 027	180 387	197 711	206 445	194 387	223 651

* Une tentative d'ajustement a été faite pour tenir compte des importations de dinde vivants, des exportations et du mouvement interprovincial de dinde vivants; toutefois, avant 1977 le mouvement interprovincial n'était pas totalement vérifié.



RAPPORTS DES COMITES

Comité exécutif

Les huit directeurs provinciaux de l'OCDD élisent chaque année un président, un vice-président et un membre exécutif choisis parmi eux pour constituer le Comité exécutif. La responsabilité de l'administration générale de l'Office est déléguée au Comité exécutif par le Conseil d'administration. Le Comité exécutif supervise les opérations quotidiennes de l'OCDD, établit les priorités et fait les recommandations à l'Office en ce qui concerne les questions de politiques et d'administration. De plus, les membres du Comité exécutif interviennent auprès du CNCPA ainsi que d'autres organismes gouvernementaux et de l'industrie, au nom de l'OCDD. Le Comité exécutif s'est réuni onze fois durant 1986.

Comité de vérification

Le Comité exécutif et les membres du personnel, agissant en qualité de Comité de vérification, contrôlent les opérations financières de l'Office de façon permanente. Après achèvement de la vérification des documents financiers de 1985 en février 1986, le Comité de vérification s'est réuni avec les vérificateurs et, s'étant assuré que tous les livres et les registres comptables étaient en règle, a approuvé les états financiers.

Comité consultatif sur l'industrie du dindon

Les membres votants du Comité consultatif sur l'industrie du dindon comprennent des représentants du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles, de l'Association canadienne des transformateurs secondaires de volailles, de l'Association canadienne des consommateurs, du Conseil canadien du commerce au détail, de la Fédération canadienne des couvoirs, de la Fédération canadienne de l'agriculture et de l'Association canadienne des restaurants et services alimentaires. Les membres non votants comprennent des représentants d'Agriculture Canada, de la Direction générale des relations commerciales spéciales, de l'Association canadienne des fabricants de moules et du personnel de l'OCDD.

Le Comité se réunit périodiquement durant l'année pour évaluer les exigences de production de dindon et recommander à l'Office des niveaux de contingentement, tant national que provincial. Pour exécuter cette fonction en 1986, le Comité s'est réuni en février et en juin.

Comité des gérants

Les gérants d'office provinciaux et le Directeur général de l'OCDD constituent ce comité qui se réunit à la requête des membres de l'Office. L'analyse et la mise au point des détails techniques pour l'élaboration des politiques sont les fonctions essentielles de ce comité. Le Comité des gérants s'est réuni en septembre 1986 pour discuter de la classification de la production et de la mise en œuvre de la Politique de surcroît de multiplicateurs.

Comité consultatif sur la promotion

La fonction majeure de ce comité qui, outre le Comité exécutif et les membres du personnel de l'OCDD, comprend des membres de l'industrie de transformation et du commerce au détail, est de superviser l'élaboration de la promotion annuelle de mars comme "Mois national de la dinde" pour assurer l'atteinte des objectifs de l'Office et le maintien de la collaboration avec l'industrie.

Le Comité de production s'est réuni en février et en juin 1986.

Comité de production

Le Comité de production de l'OCDD comprend trois gérants d'offices provinciaux représentant l'Ouest, l'Est et le centre du Canada, qui sont nommés chaque année par le Président de l'OCDD.

Le mandat du Comité de production consiste à analyser les marchés, les données de production, les besoins de l'industrie, et de présenter aux Directeurs de l'OCDD des recommandations relatives au contingent global annuel.



Perspectives pour 1987

Outre les questions dont l'étude se poursuivra en 1987, d'autres priorités comprennent une révision de la Politique d'exportation de l'OCGD, et l'amplification de l'information commerciale, en ce qui concerne particulièrement le commerce des hôtels, restaurants et institutions. La Politique d'exportation nécessite une révision et si possible une actualisation, relativement aux produits acceptables et aux facteurs de production.

En décembre 1986, des discussions préliminaires ont eu lieu avec des associés de l'industrie, les transformateurs primaires et secondaires, pour chercher un moyen de recueillir les données de consommation H&I et la capacité en produit frais pour la transformation supplémentaire, sur une base provinciale. Malheureusement, nous nous sommes heurtés à une certaine résistance et l'opération a été interrompue. Toutefois l'utilisation de la diode par les H&I continue à augmenter, et comme elle représente environ la moitié de la consommation de dinde au Canada, l'information s'impose. Nous pourrions nos efforts pour mettre au point des moyens pour recueillir des données fiables dans ce secteur. Faute de quoi, l'Office continue à courir le risque de ne pas satisfaire entièrement les exigences d'un marché spécifique et changeant au moyen de son système d'allocation du contingent.

Politique de surcroît de multiplicateurs

En juillet 1986, l'OCGD a adopté une Politique de surcroît de multiplicateurs en réponse aux allégations que la restriction de contingents entravait l'expansion des dinde producteurs réformés entravait l'expansion des ventes d'oeufs et de dinde producteurs réformés au-dessus d'un niveau de référence prédéterminé, trois options sont possibles:

! les producteurs réformés peuvent être commercialisés dans les limites du contingent commercial détenu par le multiplicateur;

!! le surcroît de producteurs réformés peut être exporté par le multiplicateur, sous contrôle des offices provinciaux et de l'Office;

!!! le surcroît de producteurs réformés peut être vendu à l'Office par l'intermédiaire des offices provinciaux.

La Politique stipule une révision semi-annuelle par un comité, cette révision s'applique également à la Politique d'allocation de reproduction primaire de l'OCGD.

Politiques extérieures

Trois événements d'importance primordiale touchant les politiques extérieures ont marqué l'année 1986: les négociations de libre-échange entre le Canada et les États-Unis; la publication du rapport Neilson; les études de conseillers sur les systèmes d'importations globales et supplémentaires. Les deux premiers ont fait l'objet d'une surveillance suivie.

Les réponses et les points de vue de l'Office ont été présentés à la demande. Bien que l'impact de chacun ne soit pas manifeste, il est probable que leur combinaison entraînera certains changements dans notre système de commercialisation, que ces changements soient ou non jugés nécessaires par les producteurs. Les détails de ces changements ne sont qu'hypothétiques à ce stade—la surveillance étroite continuera.

En ce qui concerne la révision des systèmes d'importations, l'OCGD a répondu au cours d'une entrevue et par écrit à la révision du système d'importations globales et attend actuellement une réunion relative à l'étude du système d'importations supplémentaires. Le changement éventuel à la politique de substitution de produit de la Direction générale des relations commerciales spéciales est un souci majeur. On pense que ces discussions auront lieu dans les premiers mois de 1987.



RAPPORT SUR LES POLITIQUES

Politique de contingentement

A. Amendement de 1986:

En juin 1986, l'OCCD a incorporé des prévisions démographiques provinciales pour l'année d'attribution dans sa politique de contingentement. On avait jusqu'alors utilisé des données démographiques historiques pour évaluer le volume des marchés et leurs changements. Cet amendement a aidé à rendre les méthodes de contingentement plus sensibles au marché et plus prévoyantes.

B. Classification:

Durant les deux ou trois dernières années, la commercialisation des dindons a spectaculairement changé. Un approvisionnement de produit frais, de grosseau-cifrique, fut nécessaire à des périodes spécifiques pour répondre à l'accroissement de la demande de carcasses fraîches, de morceaux et de produits transformés, ce qui imposa des contraintes à la production intérieure. À la fin de 1985, l'Office entama la discussion sur la classification des allocations provinciales selon la catégorie de production (dindons à griller, femelles, mâles) et selon les différentes périodes de l'année.

À mesure que changeaient les tendances de la demande, il s'avéra absolument nécessaire d'ajuster les schémas de production en conséquence. En 1986, le Règlement sur le contingentement de l'OCCD fut amendé pour stipuler expressément la classification des allocations provinciales. En se basant sur les tendances du marché, on classifia les contingents préliminaires de 1987 par type de dindon et selon trois périodes de quatre mois—janvier à avril, mai à août, et septembre à décembre.

Bien que la classification ait été mise en oeuvre sur une base cible pour 1987, les offices provinciaux s'efforcent au maximum d'ajuster la production dans leurs provinces respectives pour atteindre les objectifs. La surveillance continue et le perfectionnement de ces méthodes assureront que les producteurs de dindons répondent adéquatement au besoin d'un marché dynamique.

C. Révision de la Politique de contingentement:

La croissance et les déplacements du marché, indiqués en plus amples détails dans ce rapport annuel, imposent aux membres de l'Office de réviser constamment les méthodes de contingentement et de les modifier si nécessaire. En octobre 1986, une telle révision a été entreprise avec une assistance extérieure. D'après cette révision et trois réunions du Comité exécutif, une proposition d'amendement fut présentée aux Directeurs en décembre. Les réponses provinciales aux amendements, favorables en principe, étaient attendues mi-janvier 1987.

En résumé, les modifications impliquent une évaluation plus réaliste du principe de l'avantage comparé et une méthode selon laquelle évaluer les besoins de produit brut ou frais dans les provinces. On espère que ces révisions s'appliqueront aux attributions de contingent 1988.

Modèles de coût de production

A. Actualisation des composantes du coût 1985:

Fin 1985, l'OCCD a entamé une étude sur place pour actualiser les facteurs d'efficacité et les coûts de l'énergie, basée sur l'année civile 1985. Les interviews eurent lieu en janvier, février et mars 1986 et les résultats finals furent appliqués en août 1986.

C'était la deuxième enquête de ce genre entreprise par l'Office, la première étant basée sur la production de 1983. Des enquêtes interrégionales sur place actualisant ces facteurs s'étaient avérées un moyen rentable pour assurer que les modèles de CDP reflètent la technologie et les méthodes appliquées actuellement sur le lieu de production.

Bien que le format de l'échantillon requis ait été obtenu dans la plupart des cas, il fut parfois difficile d'obtenir la coopération des producteurs; mais tous ceux qui ont participé ont fourni d'excellentes données. On doit toutefois rappeler aux producteurs qu'une de leurs responsabilités envers notre système de commercialisation est de participer aux études de CDP quand on le leur demande.

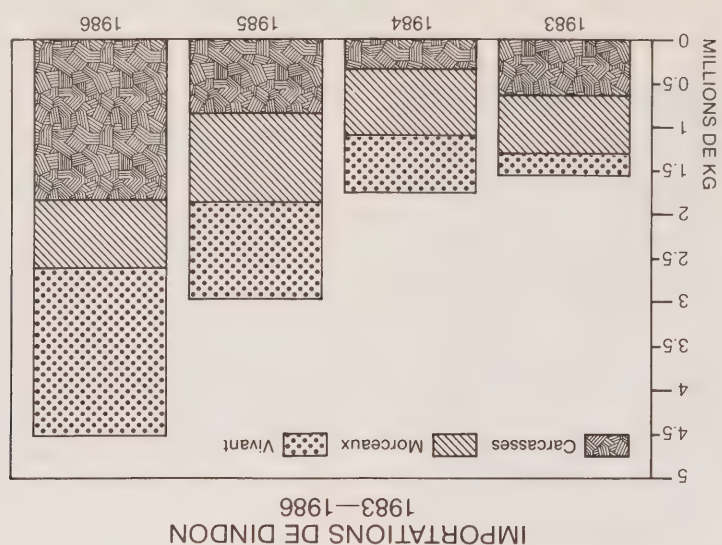
B. Office canadien des provenances:

Après deux ans d'analyse comparative, l'Office a adopté l'utilisation des prix hebdomadaires provinciaux d'alimentation, publiés par l'Office canadien des provenances, pour calculer le coût de l'alimentation. Ces prix furent incorporés dans les calculs du CDP le 1^{er} août 1986, en remplacement de ceux des offices provinciaux en vigueur à cette date. L'objectivité et l'uniformité des calculs du coût de l'alimentation entre les provinces furent renforcées par l'utilisation de données émanant de tiers. Les offices provinciaux et l'Office ont institué des systèmes de monitoring pour assurer l'exactitude permanente des données de l'Office canadien des provenances.

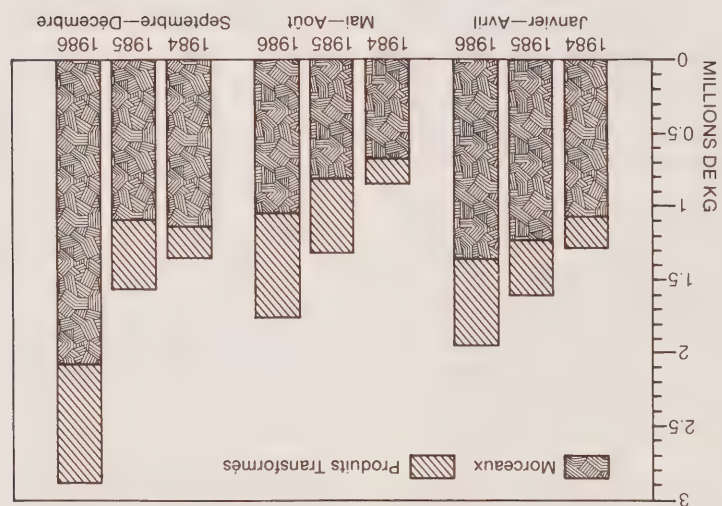
Les efforts et la coopération de l'Office canadien des provenances en réponse aux recommandations de l'Office ont assuré une transition facile.

C. Révision des modèles de CDP:

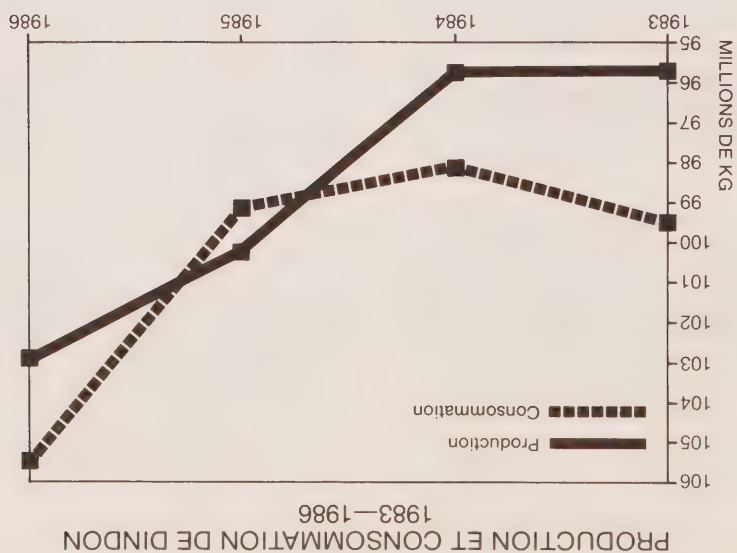
Étant donné la structure complexe et changeante du secteur de production, l'utilisation de la méthode d'enquête sur place pour compléter et actualiser intégralement le coût de production donne lieu à certaines inquiétudes. Comme indiqué plus haut, cette méthode s'est avérée rentable pour actualiser certaines portions spécifiques du modèle. À la suite de diverses évaluations, l'OCCD a commencé en novembre 1986 une révision complète des modèles de CDP. Cette révision a pour but de mettre au point une méthode substitutive pour établir et actualiser la formule du coût, méthode qui soit praticable, justifiable et puisse être utilisée avec confiance par les membres de l'Office. On espère que cette révision sera terminée vers le milieu de l'année 1987.



Graphique 3



Graphique 2



Graphique 1





RAPPORT SUR L'ETUDE DU MARCHE

Demande

changé depuis 1985, alors que les prix de gros des dindons femelles et mâles de Catégorie A ont augmenté respectivement de 1% et 5%.

Les prix des dindons vivants payés aux producteurs n'ont pas fluctué considérablement durant 1986. Les prix des dindons à griller ont été en moyenne inférieurs de 1,3¢ par kg à ceux de 1985. Les prix des dindons vivants, mâles et femelles, ont été en moyenne identiques, à 1¢ près, aux prix moyens de 1985. Les prix de l'alimentation, ayant généralement subi des contraintes, ont empêché les prix des dindons vivants d'augmenter en 1986.

Importations

En 1986, les importations de dindon ont totalisé plus de 4,5 millions de kilogrammes, le niveau d'importation le plus élevé à ce jour. Ce chiffre représente plus de deux fois le volume des importations de 1984 et une augmentation de plus de 50% sur les importations de 1985.

Les importations globales, qui sont attribuées à raison de 2% du contingent national de production, se sont chiffrées à 2 millions de kilogrammes. Les importations supplémentaires qui ont pour but de remédier aux pénuries à court terme, se sont chiffrées à 2,5 millions de kilogrammes. La majeure partie de ces importations supplémentaires s'était avérée nécessaire pour procurer un produit adéquat dans une certaine région où la production faisait défaut (voir graphique 3).

En 1987, les importations de dindon devraient baisser consécutivement à la politique de classification de production par période de l'OCCD.

Approvisionnement

L'étude du marché pour déterminer la consommation familiale a montré que de janvier à avril 1986, la consommation de morceaux de dinde et de produits à base de dinde a augmenté de 50% par rapport à la même période en 1984. Dans la période de mai à août, la consommation de produits à base de dinde et de morceaux de dinde a augmenté de plus de 100% par rapport à cette même période en 1984 (voir graphique 2). La consommation de septembre à décembre a également doublé depuis la même période en 1984.

En ce qui concerne les dindons de cinq à huit kilogrammes, la demande a augmenté de 1,1 million de kilogrammes, soit 4,3%. La demande de dindons de moins de cinq kilogrammes n'a que légèrement augmenté par rapport à 1985.

La consommation de dindons éviscérés pesant plus de huit kilogrammes, constituant la matière première essentielle pour l'industrie de transformation secondaire, a augmenté de 3,3 millions de kilogrammes, soit 7,5% depuis 1985. Cette catégorie de dindon prend une plus grande importance chaque année.

Durant 1986, la consommation de dindon a augmenté de 6,5 millions de kilogrammes, soit 6,5%—la plus forte augmentation dans nos annales, ce qui représente avec celle de 1985 deux augmentations consécutives. Le cas ne s'était produit qu'en 1973 et 1974. La consommation finale de 105 546 000 kilogrammes indique une consommation per capita de 4,1 kilogrammes. Les consommateurs répondent positivement à la plus grande variété de produits à base de dinde qui leur est offerte, morceaux de dinde, dinde entière fraîche ou congelée (voir graphique 1).

Pour l'année, l'abattage de dindons totalisait 104,8 millions de kilogrammes, une augmentation de 3,5 millions de kilogrammes, soit 3,5% depuis 1985. Ce chiffre comprend près de 1,9 million de kilogrammes de dindons vivants importés, dont la majeure partie était nécessaire pour répondre aux besoins du secteur de transformation supplémentaire.

L'abattage de dindons mâles et de dindons adultes a augmenté de 2,9 millions de kilogrammes, soit 6,9% depuis l'an dernier, ce qui représente la plus forte augmentation de l'abattage total de dindons à griller à diminué de 1 million de kilogrammes soit 3,3% depuis 1985.

L'abattage de dindons femelles a augmenté de 1,6 million de kilogrammes soit 6,5%.

Les prix de gros dans les régions centrales du Canada étaient en moyenne plus élevés en 1986 qu'en 1985. Le prix des dindons à griller de Catégorie A n'a pas sensiblement



L'OCCD NOTES AUX ETATS FINANCIERS POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1986

1. CONVENTIONS COMPTABLES D'OPERATIONS

L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon est un office constitué en vertu de la Loi sur les Offices de Commercialisation des Produits de Ferme du Canada, pour favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie fortes, efficaces et concurrentielles pour la commercialisation des dindons au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organismes sans but lucratif. Les pratiques sont les suivantes:

IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont capitalisées au prix d'acquisition. Toutes les dépenses de réparation et d'entretien sont rapportées dans l'année où elles-ci sont encourues.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode de l'amortissement décroissant pour l'équipement de bureau à 20% par année, 30% par année pour l'ordinateur et l'automobile, et selon la méthode de l'amortissement linéaire pour toutes améliorations locatives pendant le terme de cinq ans.

2. COMPTES A RECEVOIR

	1986	1985
Prélèvements des producteurs	264 706\$	193 951\$
Intérêt couru	700	681
	<u>265 406\$</u>	<u>194 632\$</u>

3. DEPENSES PREPAYEES

Les dépenses prépayées consistent en:

Promotion	15 880\$	201 951\$
Assurance	1 641	1 647
Frais payés d'avance pour le déplacement	50	0
	<u>17 571\$</u>	<u>203 598\$</u>

La promotion prépayée se rapporte à la campagne de 1987

4. IMMOBILISATIONS

	1986	1985
Coût		
Automobile	20 020\$	19 019\$
Ordinateur	45 281	11 605
Mobilier et équipement	42 791	14 004
Améliorations locatives	9 974	3 470
	<u>118 066\$</u>	<u>48 098\$</u>
Dépréciation accumulée		
	6 707\$	13 313\$
	22 040	23 241
	25 265	17 526
	7 660	2 314
	<u>61 672\$</u>	<u>56 394\$</u>
Valeur nette		
	1986	1985
	au livre	au livre
	<u>56 394\$</u>	<u>48 098\$</u>

5. BAIL DE LOCATION

En vertu de plusieurs baux, celui du logement et pour l'équipement, l'Office doit payer:

1987	55 023\$
1988	55 023
1989	20 553
	<u>130 599\$</u>

6. PENALITES DE SURPRODUCTION

Ces contributions représentent les montants attribués à l'Office à la suite de surproduction de dindons par plusieurs des huit Offices Provinciaux de Commercialisation du Dindon. Ces fonds représentent les contributions de surproduction au cours de l'année civile 1985. L'Office enregistre ces contributions de surproduction lorsque les fonds sont reçus et non sur des charges à payer. Ces fonds sont considérés comme actif potentiel jusqu'à ce qu'ils soient finalisés à cause de stipulations de force majeure, d'ajustements par le Ministère Fédéral de l'Agriculture selon les statistiques ou tout autre ajustement que l'Office considère justifié. Les contributions de surproduction pour 1986, le cas échéant, sont inscrites dans l'état des opérations de 1987.



L'OCOD ETAT DES DEPENSES POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1986

1985	1986
22 594\$	24 484\$
(684)	79 254
6 585	6 300
13 227	15 358
21 105	21 342
3 064	6 897
2 539	2 352
343	416
8 200	14 974
4 862	4 960
13 558	21 203
2 306	5 759
32 654	30 814
0	6 316
130 353\$	240 429\$
REMUNERATIONS DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL	
Salaires du personnel	
Honoraires des directeurs	
Avantages sociaux des employés	
FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL	
Frais de voyage des directeurs et gérants	
Frais de voyage du personnel	
Salles de réunion	
Assurances de voyage	
CAMPAGNES DE VENTES	
Présentation commerciale	
Nouveaux projets	
Dépenses pour livre de recette	
Dépenses diverses de promotion	
Guide du professeur	
Détailants et consommateurs	
Pamphlets sur le barbecue	
DEPENSES DE PROMOTION	
Frais de voyage du personnel	
Affranchissement postal	
Bureau	
Loyer	
Téléphone	
Salaires	



L'OCOD ETAT DES OPERATIONS
POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1986

1985	1986	
944 310\$	1 498 390\$	Revenus des producteurs
13 637	6 097	Interêts et permis
957 947	1 504 487	DEPENSES
130 353	240 429	Autres dépenses administratives (Annexe 1)
245 858	257 364	Salaires des directeurs et du personnel (Annexe 1)
240 397	202 990	Frais de voyage des directeurs et du personnel (Annexe 1)
616 608	700 783	PROMOTION
71 023	105 947	Promotion aux hôtels, restaurants et institutions
491 849	513 707	Campagnes de vente (Annexe 1)
57 722	48 574	Dépenses de promotion (Annexe 1)
620 594	668 228	DEVELOPPEMENT ET COMMERCIALISATION
47 030	49 852	Etude du marché
14 250	0	Don à la recherche
4 919	6 063	Comité sur la promotion
16 752	16 208	Publicité dans les revues agricoles
10 000	18 000	Programme d'information
8 811	33 154	Developpement des marchés domestiques et d'exportation
101 762	123 277	AUTRES
722 356	791 505	Perte ou profit sur la vente d'immobilisations
(1 022)	0	REVENUS DE L'ADMINISTRATION ET DE LA PROMOTION
(1 022)	0	COMMERCIALISATION DU DINDON
209 087	0	Vente de dindons
213 235	0	Coût de ventes
(4 148)	0	Profit brut (perte)
2 265	0	Autres dépenses
447	0	Frais d'entreposage
29	0	Assurances
2 741	0	Commissions
(6 889)	0	PERTES SUR LES VENTES
68 987	58 776	PENALTIÉS DE SURPRODUCTION (note 6)
(317 897\$)	70 975\$	EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DEPENSES
		(DEPENSES SUR LES REVENUS) pour l'année

voir notes ci-jointes



L'OCCD ETAT DU SOLDE DU FONDS
AU 31 DECEMBRE 1986

	1986	1985
SOLDE DU FONDS, au début de l'exercice	297 013\$	614 910\$
EXCEDENT DES REVENUS SUR LES DEPENSES (DEPENSES SUR LES REVENUS) pour l'année	70 975	(317 897)
SOLDE DU FONDS, à la fin de l'exercice	367 988\$	297 013\$

voir notes ci-jointes



L'OCCD BILAN
AU 31 DECEMBRE 1986

Actif

Actif A COURT TERME		
Encaisse.....	111 339\$	1986
Comptes à recevoir (note 2)	265 406	
Dépenses prépayées (note 3)	17 571	
IMMOBILISATIONS (note 4)	394 316	
	56 394	
	450 710\$	
		1985
	92 736\$	
	194 632	
	203 598	
	490 966	
	48 098	
	539 064\$	

Passif

A COURT TERME		
Créditeurs et frais courus	82 722\$	
SOLDE DU FONDS	367 988	
	450 710\$	
	297 013	
	539 064\$	

Approuvé au nom du Conseil d'Administration

Art Roder, Administrateur

Walter Redekop, Administrateur

voir notes ci-jointes



Rapport des vérificateurs

Aux Membres de
L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon, au 31 décembre 1986 ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

A notre avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de l'Office, au 31 décembre 1986, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

Robinson, Lott & Brohman

Robinson, Lott & Brohman
Comptables Agréés

Guelph, Ontario
Le 17 février 1987

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ETATS FINANCIERS
POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31, DECEMBRE 1986





RAPPORT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

que partiellement établies, font encore l'objet de recherches et de perfectionnement, pour mieux répondre à nos besoins.

La première est la classification de la production. Cette politique, quand elle sera complètement en vigueur, assurera que la production a lieu au moment opportun, dans la catégorie et la région appropriées, pour satisfaire l'accroissement du marché. La formule d'allocation du contingent en sus de la base qui détermine les parts provinciales et assure que les déplacements de marché sont déterminés et approuvés grâce à la classification, est directement reliée à cette politique.

La seconde politique concerne le coût de production. Par suite de la complexité de la production de dindon, de nouvelles méthodes sont élaborées pour obtenir des coûts de production précis et justifiables pour chaque catégorie de dindons. Les coûts de production provinciaux étant utilisés pour le critère de l'avantage comparé, dans la formule d'attribution du contingent en sus de la base, ont pris une importance encore plus grande et doivent par conséquent être justes.

Le point que je désire souligner est que nous ne pouvons relâcher nos efforts en ce qui concerne le développement et le perfectionnement des politiques de production. Notre base de données et notre système d'informations sont constamment amplifiés pour vous fournir toute la connaissance nécessaire pour satisfaire aux exigences de production des marchés en développement. Nos systèmes d'administration interne sont analysés et améliorés pour assurer que notre mandat soit rempli efficacement et judicieusement.

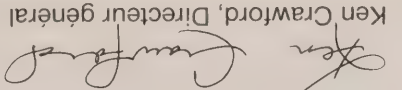
Nous devons toujours être en relation étroite avec l'industrie et les organismes gouvernementaux en vue des nombreux changements entraînés par le rapport Neilsen sur la déréglementation et la position du gouvernement sur l'échange plus libre avec les E.-U. Ces deux questions sont d'une extrême importance pour le secteur agricole et plus spécifiquement pour le système d'offices de commercialisation.

Pour conclure, je désire remercier notre président et son comité exécutif pour le temps qu'ils nous ont consacré et leur apport précieux durant 1986, ainsi que tous les Directeurs pour leur attitude positive dans l'institution des politiques et la solution des problèmes.

Je remercie tout particulièrement Marg, Phil, Stan et les autres membres du personnel dont le dévouement à notre cause a rendu possible nos réalisations.

1986 fut une année record, 1987 peut être encore meilleure. Il nous incombe à tous de produire l'orientation et la compétence nécessaires pour remplir notre mandat, juguler les critiques et prouver que la gestion des approvisionnements est profitable à tous, du producteur au consommateur.

Respectueusement soumis,


Ken Crawford, Directeur général

C'est avec un sincère plaisir que je présente aujourd'hui ce rapport annuel sur la situation de votre Office en 1986. C'est une année où il faut considérer comme un jalon historique dans notre industrie. Bien qu'elle n'ait pas été exempte de problèmes et de pression constante sur les membres et le personnel, ce fut une année dont on se souviendra avec un réel sentiment d'accomplissement.

Bien que les producteurs et tous les secteurs de l'industrie aient connu cinq années de relative stabilité et d'excellents revenus, et qu'en 1985 la consommation ait très légèrement augmenté, c'est en 1986 que nous avons finalement renversé les obstacles à la consommation avec une augmentation de 6,68% de la consommation totale. C'était le résultat direct de nouvelles techniques de commercialisation des volailles fraîches, entières et découpées, de l'introduction de produits transformés, frais ou congelés, ayant une durée de conservation en stockage accrue, de même que de votre attitude en tant que producteurs d'ajuster vos schémas de production en fonction de la demande, je ferais toutefois preuve de négligence si je ne vous mettais pas également en garde contre la concurrence croissante des producteurs de viande qui entreprennent de gigantesques campagnes pour regagner la part de marché perdue. Nous ne pouvons pas nous permettre d'être présumptueux et les méthodes que nous avons instituées en 1986 pour parvenir à cet accroissement doivent être continuellement perfectionnées et adaptées pour maintenir, voire même augmenter notre part de marché. Les conséquences éventuelles de la présomption se font déjà sentir sur les producteurs canadiens de dindons en ce début d'année 1987. Nous ne pouvons laisser cela continuer.

Une étude complète du marché étant incluse dans le rapport annuel, je ne m'étendrais pas sur ce sujet. Il importe toutefois de noter qu'une croissance ne se produit pas sans entraîner certaines conséquences préjudiciables aux diverses composantes de notre industrie, du fait essentiellement de la structure de notre système de production. Les conséquences dont je veux parler sont l'augmentation des importations (50 % plus élevées en 1986 qu'en 1985), la hausse des prix de gros (consécutive à l'approvisionnement limité), les primes aux producteurs (encouragées par la concurrence entre les transformateurs), les prétentions provinciales (dans un but lucratif). Ces conséquences ont une répercussion sur le développement de nouveaux marchés et l'utilisation du capital par les producteurs ainsi que sur la disponibilité du produit au niveau du détail et au secteur H.R. & I. La conséquence ultime est la contrainte à une croissance encore plus grande que celle que nous avons récemment connue et qui a son tour influence la production totale et le secteur de commercialisation de notre industrie.

Comme mentionné précédemment, nous nous souviendrons de 1986 avec un réel sentiment d'accomplissement car l'Office a pris les premières mesures importantes nécessaires pour atténuer les conséquences dont je viens de parler. Là encore je n'entrerais pas dans les détails car ces mesures importantes consistent en politiques de production qui sont également incluses au rapport annuel. Je dois toutefois commenter deux de ces politiques qui, bien



1987 présentera sans nul doute autant de défis que l'an passé. En nous engageant à servir nos marchés, nous devons prendre les mesures positives pour les servir conformément aux changements qui les affectent. Nous devons être prêts à considérer l'avenir plutôt que le passé. L'enseignement que nous devons tirer de 1986 est que la planification basée sur les données historiques n'est plus la voie à suivre. Si nous désirons que nos marchés continuent à s'étendre, nous devons être plus dynamiques pour fixer nos objectifs de production. Nous devons nous efforcer davantage d'assurer que le marché canadien soit approvisionné par un produit canadien.

Respectueusement soumis,

Art Roder,
Président

Je désire profiter de l'occasion pour remercier le Comité exécutif de son assistance et de sa coopération l'année dernière pour rendre une tâche ardue un peu plus facile. Merci également à tous les autres Directeurs pour leur patience et leur compréhension.

Je remercie particulièrement Ken Crawford et son personnel. Votre aide est très appréciée et votre professionnalisme a fait de cet Office un exemple que les autres voudront suivre.



RAPPORT DU PRÉSIDENT

J'ai l'impression qu'il ne s'est écoulé que quelques semaines depuis mon élection au poste de président pour 1986. Ce fut une année très active qui présenta de nombreux défis. Il est difficile de tracer un tableau détaillé de tous les événements qui eurent lieu durant l'année, mais je vais essayer d'en donner les points saillants dans ce bref rapport.

Au début de 1986, on interviewa de nombreux producteurs de tout le pays afin d'obtenir les données nécessaires pour actualiser les composantes variables du coût de production. Ce travail fut effectué par la firme Dunwoody & Associates avec l'aide du personnel de l'OCCD. La réponse et la coopération des producteurs furent excellentes et nous désirons remercier particulièrement tous ceux qui ont participé à cette étude. Votre apport à ces enquêtes s'impose. Un des principes fondamentaux de la gestion des approvisionnements est la nécessité d'avoir des modèles de CDP justifiables auprès du public. Le seul moyen d'y parvenir est d'obtenir la coopération des producteurs afin d'assurer que les données recueillies représentent le plus précisément possible les coûts de production du dindon. La nécessité de données précises est encore accrue du fait que les résultats sont largement utilisés dans la détermination de l'avantage comparé, pour l'attribution des contingents.

En juillet 1986, le CNCPA a approuvé le CDP actualisé et a informé simultanément l'Office qu'il devrait effectuer une étude complète dans un proche avenir. L'Office a décidé qu'il n'entreprendrait pas d'étude complète avant de s'être mis d'accord avec le Conseil sur les règles de base. L'expérience a montré que ces études sont coûteuses et que les directives pour l'analyse du CDP du poulet et des oeufs ne peuvent s'appliquer au dindon du fait de la diversité des méthodes de production de notre industrie. Nous espérons toutefois qu'au moyen de consultations nous parviendrons à un accord et que l'étude complète pourra être entreprise avec la conviction que le résultat final sera valide.

En 1986, notre marché a changé plus rapidement que jamais auparavant. Une quantité toujours accrue de nos produits se vend sous forme de viande fraîche de même que sous forme de produits transformés. L'augmentation de la consommation a été plus forte que prévue ou même crue possible par un grand nombre d'entre nous. Les changements dans les méthodes de commercialisation se sont succédés plus rapidement qu'il nous était possible de les adapter, ou peut-être même que nous voulions les adapter.

La nécessité d'un approvisionnement plus stable de produit brut a abouti à l'application de la classification de la production par catégorie et période pour 1987. Les provinces ont entrepris d'essayer d'atteindre la production projetée par catégorie et période sur une base volontaire. Cette année de transition donnera aux producteurs le temps d'adapter leurs méthodes de production afin de répondre plus étroitement aux exigences du marché. L'Office devrait être alors en mesure d'instituer un système de pénalisation périodique pour 1988, afin d'assurer que les objectifs de production soient atteints.

L'année dernière, nous avons créé une banque de données capable de fournir aux Directeurs l'information la plus exacte et la plus à jour qui soit, de même que la possibilité de prévoir les secteurs de problèmes éventuels dans l'avenir. Grâce à cette information et à la mise en oeuvre de systèmes de communication entre l'Office et les offices provinciaux, les Directeurs devraient être mieux informés de ce qui se passe dans tout le pays, de même que dans leurs provinces respectives. Comme j'y ai fait allusion précédemment, cette information n'est valide que si nous sommes prêts à l'utiliser. J'estime que la qualité des prévisions par le personnel de l'Office a été excellente, mais que leur utilisation par les Directeurs laisse à désirer.

L'année passée n'a pas été exempte de contraintes extérieures auxquelles l'Office a dû faire face. Les travaux du Groupe de travail chargé du Rapport Neilsen, les pour-parlers d'échange plus libre et la révision des deux systèmes d'importations, globales et supplémentaires, ont été suivis par l'Office. Les deux points les plus virtuellement préjudiciables sont le Rapport Neilsen et les pourparlers d'échange plus libre toujours en cours.

Le Rapport Neilsen n'est pas censé être une politique gouvernementale et a été classé. En fait, de nombreuses sections sont actuellement en voie d'exécution et il demeure un document de référence facile pour l'avenir. Il ne plaide pas en faveur de la gestion des approvisionnements.

La question des pourparlers d'échange plus libre est beaucoup plus difficile à considérer car nous ne sommes par réellement sûrs de leur aboutissement. Nous avons été représentés à de nombreuses fonctions relatives aux pour-parlers pour nous assurer que notre point de vue sur la gestion des approvisionnements soit formulé. Notre représentation à la Fédération canadienne de l'agriculture a été extrêmement utile à cet égard et je conseillerais une représentation permanente par l'Office. La FCA est considérée comme l'un des groupes de pression les plus influents à Ottawa et il est important d'en faire partie. Les prochains pourparlers relatifs à l'Accord général sur les tarifs douaniers et les commerces demanderont également notre attention au cours de l'année prochaine.

La question d'ordre intérieur en cours d'analyse la plus actuelle est l'amélioration de notre Politique d'attribution des contingents en sus de la base. Nous sommes tous d'avis qu'une formule permanente serait très efficace pour résoudre bien des problèmes de contingement. Mais nous devons être prêts à établir des méthodes susceptibles d'y répondre. Si nous n'agissons pas raisonnablement, d'autres contraintes extérieures surgiront et nous ne serons pas en mesure de nous défendre.

En résumé, la responsabilité incombe aux Directeurs de cet Office. Cette responsabilité nous a été confiée et faute de l'assumer elle peut nous être retirée. J'estime que grâce à une communication et une collaboration permanentes cette éventualité ne devrait pas nous inquiéter.

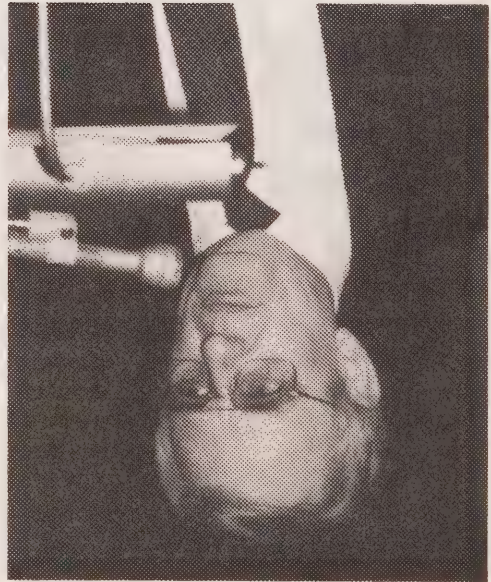
PERSONNEL DE L'OCCD 1986

M. Kenneth Crawford
Mme Margaret Krowchuk
M. Philip Boyd
M. Stan Skruch
Mme Lise Turner
Mme Elise Mereweather
Mme Ginette Fenech
Directeur général
Assistante administrative
Directeur de la recherche économique
Analyste de marché
Secrétaire de direction
Secrétaire aux politiques
Secrétaire

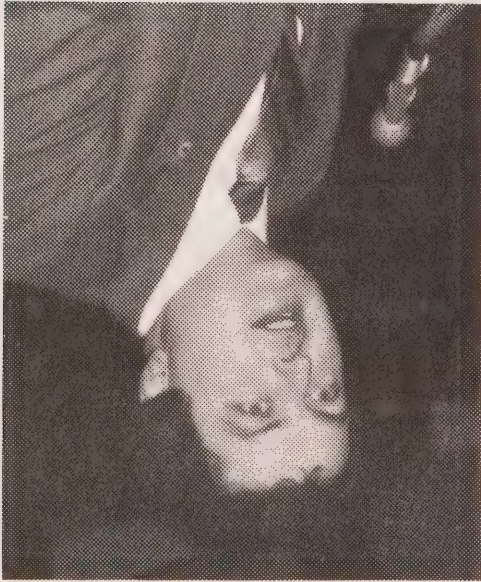
CONSEIL D'ADMINISTRATION 1986

Président
Vice-président
Membre exécutif
Directeur
Directeur
Directeur
Directeur
M. Les Doell
M. Jack Rynsburger
M. Ellis Penner
M. Laurent Mercier
M. Stan Downe
M. Arthur Roder
M. Walter Redekop
M. Malcolm Sprague
M. Les Doell
M. Jack Rynsburger
M. Ellis Penner
M. Laurent Mercier
M. Stan Downe
Ontario
Colombie-Britannique
Nouveau-Brunswick
Alberta
Saskatchewan
Manitoba
Québec
Nouvelle-Écosse

Ken Crawford,
Directeur général



Art Roder,
Président





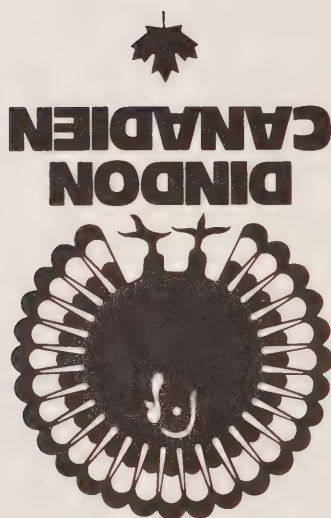
TREIZIEME RAPPORT ANNUEL
de
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

pour présentation
à l'Honorable John Wise
Ministre de l'Agriculture
au Conseil national de commercialisation
des produits agricoles
et à
la Treizième assemblée annuelle des producteurs
de dindons
Mercredi, 18 mars, 1987
Ottawa, Ontario

Page	TABLE DES MATIERES
3	Conseil d'administration
4-5	Rapport du Président
6	Rapport du Directeur général
7-13	Rapport financier
14-15	Rapport sur l'étude du marché
16-17	Rapport sur les politiques
18	Rapports des comités
19-20	Rapport sur la promotion et la commercialisation

1986

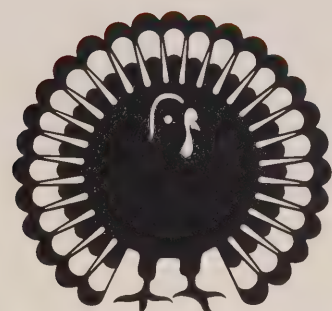
RAPPORT ANNUEL



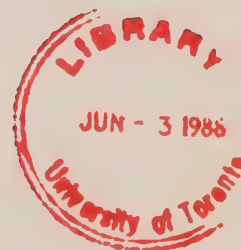
L'OFFICE CANADIEN DE
COMMERCIALISATION DU DINDON

CA1
DB60
-A56

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

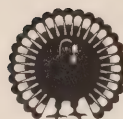


**CANADIAN
TURKEY**



ANNUAL REPORT

1987



**FOURTEENTH ANNUAL REPORT
of the
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY**

**for Presentation to:
The Minister of Agriculture
The Honourable John Wise
The National Farm Products
Marketing Council
and the
Fourteenth Annual Turkey Producers' Meeting
Wednesday, March 16, 1988
Ottawa, Ontario**

TABLE OF CONTENTS		Page
Officers and Directors		3
Chairman's Report		4-5
General Manager's Report		6-7
Financial Report		8-13
Market Review Report		14-15
Policy Report		16-17
Committee Reports		18-19
Promotion and Marketing Report		19-20



Ken Crawford,
General Manager



Art Roder,
Chairman

1987 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman
Vice-Chairman
Executive Member

Director
Director
Director
Director
Director

Mr. Arthur Roder
Mr. Lorne Bustin
Mr. Stan Downe
Mr. Les Doell
Mr. Jack Rynsburger
Mr. Ellis Penner
Mr. Laurent Mercier
Mr. Malcolm Sprague

Ontario
British Columbia
Nova Scotia
Alberta
Saskatchewan
Manitoba
Quebec
New Brunswick

1987 CTMA STAFF

Mr. Kenneth Crawford
Mrs. Margaret Krowchuk
Mr. Philip Boyd
Mrs. Patsy Gagné-Waithe
Mr. Stan Skruch
Ms. Gail Miller
Mrs. Elise Mereweather
Mrs. Lise Turner

General Manager
Administrative Assistant
Director of Economic Research
Economic and Research Analyst
Market Analyst
Executive Secretary
Market Research Assistant
Administrative Secretary



CHAIRMAN'S REPORT

Once again, it is my pleasure to report the highlights of a challenging year for the Canadian Turkey Marketing Agency. Directors were presented with a myriad of complex issues during 1987, each of which required thoughtful discussion and resolution. Following are my comments on some key issues that will influence the future of Canada's turkey industry.

The allocation enigma

In March of last year, Agency Directors set the preliminary 1988 quota at 245 million pounds. This figure was seen as an aggressive response to the vigorous growth in demand. Part of the rationale for setting the following year's quota so early was to allow the industry more time to co-ordinate production and marketing plans, and to speed up the allocation process. It didn't work!

After a late April quota allocation meeting, we were faced with an appeal to the National Farm Products Marketing Council (NFPMC). Subsequently, a committee was struck to develop yet another overbase policy. After countless hours of work, the Directors were presented with a proposal that provided the basis for allocating the revised preliminary 1988 quota of 252 million pounds. These allocations were also appealed, and a decision was handed down by NFPMC on December 4th. Agency Directors subsequently met and finalized quotas on December 8th.

The ongoing problem of overbase quota allocation remains the most contentious internal problem this Agency must resolve!

External forces challenge industry

Numerous 1987 meetings with government, the Canadian Federation of Agriculture, other supply-managed commodity organizations, and allied industry representatives were required to address a number of external issues which are likely to have profound impact upon our industry. Foremost among these concerns were the Global and Supplemental import policies, and bilateral trade talks with the United States.

The Canada-US trade discussions were probably most significant, due to the influence this Bilateral Agreement is likely to have on our industry. While the potential impact is difficult to assess, I believe the eventual removal of tariffs will slow future investment in our industry. Add to this the current increase in the level of global imports, and I fail to see how the trade pact can be viewed as positive for Canadian

turkey producers. However, if the Agreement is seen to be good for Canadian agriculture in general, and for Canada as a whole, is it responsible to condemn the deal because of our self interest?

Of even greater concern for the future of our marketing system is the current round of GATT negotiations. In December, the General Manager and I joined representatives from Canada's chicken and dairy industries on a trip to Geneva. It was our objective to gain a better understanding of processes that take place at the GATT.

During meetings with the GATT Secretariat and Canadian representatives, we had a chance to discuss the stances of various nations, and the impact those positions might have, particularly in relation to Article 11. In my opinion, the erosion of our system in the Canada-U.S. Trade Agreement is nothing compared to what may result from the multi-lateral GATT talks!

The Agency must use every opportunity to make sure our trade representatives fully appreciate what supply-management means to our industry, and to remind them of the impact changes may have. In this regard, the Agency is working closely with the other feather agencies and with the milk industry to ensure that the interests of supply-managed commodity groups are protected.

COP deliberations

In late 1987, Agency Directors were presented with a study paper on the concept of a model farm. The model is seen as the best vehicle for measuring costs in our industry, and should eliminate any question of quota costs being part of the cost of production (COP). Hopefully, the Directors will approve the proposal in early 1988. Regardless of the method that is finally chosen, the Directors realized the need for a COP study and increased the levy to ensure availability of funds for such an undertaking in late-1988 or early 1989.

Positive market trends

Despite the urgent challenges presented to our industry, 1987 was certainly a successful year for producers. Output was up significantly, and producers generally demonstrated a willingness to adjust their practices to accommodate market requirements.

With further demand growth anticipated for 1988, continued co-operation of producers is imperative. We must always remember that if we don't produce what the market requires (and when it is required!), supplemental imports *will* fill the gap.



Conclusion

Without a doubt, the coming year will present new challenges and opportunities. Developments can be dealt with in a manner that will benefit all industry participants through co-operation and understanding at all levels.

My thanks to all Agency Directors for their continued support throughout 1987. A special thank you is extended to the other members of the Executive, to General Manager Ken Crawford, and to all CTMA staff. Your unstinting efforts toward making the system run smoothly have been greatly appreciated.

Respectfully submitted,

Art Roder,
Chairman



GENERAL MANAGER'S REPORT

As General Manager of the Canadian Turkey Marketing Agency, I am pleased to provide you with this update on the Agency's administrative activities during 1987.

Staff and responsibilities

I will begin with an overview of our staff complement and our responsibility to the Directors of the Agency and the producers of Canada. Our current staff consists of seven full time employees including myself, and one additional part-time secretary. Our function is both complex and extensive in that it encompasses not only the day-to-day administration of the office and operation of the Agency, but also the identification of major external and internal issues—both current and future. Staff is also charged with the development of policy options to assist the Directors to resolve identified issues as well as the implementation and administration of policies as approved by the Directors.

Agency personnel also schedule meetings as required, prepare agendas, assemble resource materials, and provide support staff for these gatherings. During 1987 there were nine Directors' meetings, 15 Executive meetings, 17 committee meetings, and 32 external industry and government meetings.

1987 accomplishments

While 1987 was indeed a challenging year for the Agency, several major accomplishments were realized:

- From the producer through to the retailer, all participants in the turkey industry continued to experience stability and profitability.
- Annual production and consumption growth paralleled the healthy increases achieved in 1986. While continued strength is anticipated for 1988, the first signs of a leveling out may become apparent.
- Classification of production brought output more into line with market requirements. Provincial boards and producers are to be commended for this shift of production, which required a major undertaking on their part. We are confident that this trend will continue during 1988.
- Implementation of a long-awaited Multiplier Breeder Policy alleviated a major problem for Canadian breeders and hatcheries. The new policy will enhance the consistency of egg and poult supply to both domestic and export markets.

- Revision and simplification of the Export Enhancement Policy will create greater opportunities for Canadian producers and industry partners in international markets.
- The Agency's data base systems were updated and expanded to provide more timely information on current and future market potential. Our financial control system has been incorporated in the revamped system, and each secretary station now has full word processing capability.
- Facsimile machines were installed at the Agency; at all provincial board offices; and at the Chairman's residence. Adoption of this technology has streamlined communication, while reducing telephone and postage costs.

Areas of concern

Market sharing continues to be a major problem for Canada's turkey industry. The Agency set the preliminary 1988 global quota in March of last year. By allowing greater planning time for the industry, this should have been a major step forward. However, member provinces were unable to reach full agreement regarding provincial shares, or to develop an acceptable policy for allocation. This resulted in two separate appeals to the National Farm Products Marketing Council, and an agreement was not reached until late December.

Allocation of market shares has been an ongoing problem for the Agency. This issue must be resolved, both to protect our supply-managed system and to realize full benefit from the healthy growth in demand for our products. Let's bury the hatchet and prove that we are capable of managing our industry in accordance with our mandate.

The past year is certain to be remembered as the starting point for a number of external changes which will almost certainly have major impact on the future of Canadian agriculture, and on its production and marketing systems. In particular, the underpinnings of supply-management could be adversely affected if our industry is not prepared to adapt.

Agricultural production and marketing was poised to enter a new era as a consequence of a Bilateral Trade Agreement with the United States. Signing of this document early in the New Year saw our global import quota increase by 75 percent, and stipulated eventual removal of all tariffs. Canada is initially supporting the U.S. position in the multilateral GATT negotiations, which calls for the elimination of distorting trade barriers such as a modification or removal of Article XI from the GATT rules. As we all know, Article XI is the basis for effective supply-management.



Allocation of the increased global import quotas is another external issue of concern to this industry. Currently, External Affairs has established advisory committees to improve the import system.

This would be accomplished by developing a more transparent policy that would include provisions for new applicants and provide flexibility to the system. We were told explicitly that the policy under development was intended to deal only with currently unallocated quota, and not with the increase of 75 percent under the Bilateral Trade Agreement. This leaves further reason for concern on the part of our industry.

Meeting the challenge

Viewing our internal disputes in relation to the implications of external trade issues, we should be gravely concerned about the future stability of our industry. We *must* keep our house in order by assuring that our markets are competitively supplied at all times, and by fulfilling the obligations of the mandate provided in our Federal-Provincial Agreements.

Challenges and opportunities abound in 1988. If co-operation and understanding at all levels of our industry can be achieved, the impact of the issues facing us can be minimized, and the opportunities capitalized upon.

In conclusion, I would like to express my sincere appreciation to our Chairman, Art Roder, and to his Executive for their considerable time and valuable input throughout 1987. I also wish to thank all Directors for helping us realize last year's many accomplishments. Finally, I know I speak for the entire industry in extending a special vote of appreciation to all Agency staff, whose dedication helped make these achievements possible.

Respectfully submitted,

Ken Crawford,
General Manager



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1987

Auditors' Report

To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of the Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1987 and the statements of equity, operations and changes in financial position for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the agency as at December 31, 1987 and the results of its operations and changes in its financial position for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Guelph, Ontario
February 5, 1988

Robinson, Lott & Brohman
Chartered Accountants



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
AS AT DECEMBER 31, 1987

Assets

	1987	1986
CURRENT		
Cash	\$ 100	\$111,339
Accounts receivable (note 2)	306,989	265,406
Prepaid expenses (note 3)	20,804	17,571
	<u>327,893</u>	<u>394,316</u>
FIXED (note 4)	98,018	56,394
	<u>\$425,911</u>	<u>\$450,710</u>

Liabilities

CURRENT		
Bank overdraft	\$ 18,852	\$ 0
Accounts payable and accrued liabilities	42,883	87,722
	<u>61,735</u>	<u>82,722</u>
EQUITY	364,176	367,988
	<u>\$425,911</u>	<u>\$450,710</u>

Approved on behalf of the Board

Art Roder, Director

Lorne Bustin, Director

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1987

	1987	1986
EQUITY, beginning of year	\$367,988	\$297,013
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE (EXPENDITURE OVER REVENUE) for the year	(3,812)	70,975
EQUITY, end of year	<u>\$364,176</u>	<u>\$367,988</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1987

	1987	1986
REVENUE		
Producer levies	\$1,653,778	\$1,498,390
Interest and licences	4,104	6,097
	<u>1,657,882</u>	<u>1,504,487</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Other administrative (schedule 1)	217,519	240,429
Remuneration to officers and staff (schedule 1)	315,276	257,364
Directors and staff travel (schedule 1)	285,744	202,990
	<u>818,539</u>	<u>700,783</u>
PROMOTION		
GENERAL		
Hotel, restaurant and institutional promotion	111,240	105,947
Sales promotion (schedule 1)	578,482	513,707
Promotion overhead (schedule 1)	51,049	48,574
	<u>740,771</u>	<u>668,228</u>
MARKETING AND DEVELOPMENT		
Market research	52,650	49,852
Promotion committees	6,162	6,063
Advertising in Farm Papers Ltd.	16,904	16,208
Canadian Federation of Agriculture	18,900	18,000
Export and domestic market development	21,080	33,154
	<u>115,696</u>	<u>123,277</u>
	<u>856,467</u>	<u>791,505</u>
OTHER		
Gain on disposal of fixed assets	(4,616)	0
	<u>1,670,390</u>	<u>1,492,288</u>
REVENUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>(12,508)</u>	<u>12,199</u>
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (note 6)	<u>8,696</u>	<u>58,776</u>
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE (EXPENDITURE OVER REVENUE) for the year	<u>\$ (3,812)</u>	<u>\$ 70,975</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
SCHEDULE OF EXPENSES
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1987

	1987	1986
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 21,194	\$ 24,484
Contract projects	35,318	79,254
Audit	4,935	6,300
Telephone and telex	14,030	15,358
Office supplies and expense	24,118	21,342
Postage and courier	4,483	6,897
Consultative committee	11,389	2,352
Insurance	427	416
Translations	18,739	14,974
Sundry administration	8,456	4,960
Depreciation	28,844	21,203
Office contract services	399	5,759
Rent, taxes and utilities	32,819	30,814
Interest expense	12,368	6,316
	<u>\$217,519</u>	<u>\$240,429</u>
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$226,844	\$180,040
Directors' fees	55,675	47,884
Employee benefits	32,757	29,440
	<u>\$315,276</u>	<u>\$257,364</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$221,762	\$149,123
Staff travel	46,616	40,628
Meeting rooms	16,363	12,184
Travel insurance	1,003	1,055
	<u>\$285,744</u>	<u>\$202,990</u>
SALES PROMOTION		
Trade shows	\$ 16,956	\$ 19,886
New projects	32,122	24,254
Recipe book	2,143	46,334
Sundry promotion	3,981	4,393
Teacher's guide	7,777	9,718
Retail and consumer	515,503	409,122
	<u>\$578,482</u>	<u>\$513,707</u>
PROMOTION OVERHEAD		
Staff travel	\$ 1,162	\$ 1,757
Postage	1,497	2,176
Office	7,804	5,748
Rent	10,562	9,965
Telephone	4,819	4,702
Salaries	25,205	24,226
	<u>\$ 51,049</u>	<u>\$ 48,574</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1987

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment, 30% per annum for the computer equipment and automobile and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. ACCOUNTS RECEIVABLE

	1987	1986
Producer levies	\$306,632	\$264,706
Accrued interest	357	700
	<u>\$306,989</u>	<u>\$265,406</u>

3. PREPAID EXPENSES

The prepaid expenses consist of:

	1987	1986
Promotion	\$ 19,087	\$ 15,880
Insurance	1,717	1,641
Travel advance	0	50
	<u>\$ 20,804</u>	<u>\$ 17,571</u>

The prepaid promotion relates to the 1988 campaign.

4. FIXED ASSETS

	Asset Cost	Accumulated Depreciation	1987 Net Book Value	1986 Net Book Value
Automobile	\$ 27,593	\$ 1,380	\$ 26,213	\$ 13,313
Computer equipment	67,045	35,541	31,504	23,241
Furniture and equipment	74,218	35,075	39,143	17,526
Leasehold improvements	9,974	8,816	1,158	2,314
	<u>\$178,830</u>	<u>\$ 80,812</u>	<u>\$ 98,018</u>	<u>\$ 56,394</u>

5. LEASE COMMITMENT

The agency is committed under several leases for office premises and equipment to pay the following:

1988	\$ 56,140
1989	20,690
1990	12,406
1991	12,406
	<u>\$101,642</u>

6. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the agency as a result of the overproduction of turkey meat by some of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 1986 calendar year. The agency records these overproduction contributions when the funds are received and not on an accrual basis. These funds are considered to be a contingent asset until finalized because of forced majeure provision claims, adjustments to the Canada Department of Agriculture statistics or any other adjustments the agency feels are justified. The 1987 overproduction contributions, if any, will be recorded in the 1988 statement of operations.



MARKET REVIEW 1987

Supply

Turkey production in 1987 was up 10.5 million kg (10.2%) from 1986 and 13.4 million kg (13.3%) higher than in 1985 (see Graph #1). Production of young toms increased 6.6 million kg (16.3%) in response to an industry-wide effort to stimulate additional production in this category. Broiler and hen production increased 3.5 million kg (6.0%) and mature production increased 0.4 million kg (10.5%).

Grade 'A' wholesale trading prices (carload lots) from January to June 1987 tracked similarly to prices during January to June 1986. During the July to December 1987 interval, wholesale prices decreased from the relatively high levels of the previous year, averaging in some regions almost 20 cents per kilogram lower, pressured by a considerable supply increase.

Producer live prices decreased 5.8 cents during 1987, the result of such factors as increased supplies and Cost of Production considerations. On average, prices declined by 4.4 cents for broilers, 4.3 cents for hens and 7.9 cents for toms during the year.

Demand

Per capita consumption of turkey increased for the third consecutive year in 1987. A preliminary estimate of disappearance shows that 109.7 million kg of turkey was consumed this year—3.9% more than in 1986, and 10.7% more than during 1985 (see Graph #1). Consumer acceptance is clearly occurring for an increased array of turkey products available at retail and HRI outlets.

Consumption of tom turkeys (destined primarily for the further processing sector) continues to be most promising. Tom consumption in 1987 was up 10.1% from 1986, and up over 19.0% from 1985. Consumption of broiler and hen turkeys posted a 3.1% gain in 1987.

The average price of frozen whole carcass turkey at the retail level increased only 2.6% in 1987. This represents the smallest price increase of any major meat item—competitive meat prices were up 6% - 9% by comparison.

Frozen whole carcass turkey, at retail, has generally been regarded as a stagnant market segment, as greater cut-up and further processed consumption has fuelled overall consumption gains. However, market research available for 1987 shows an encouraging 4.6% growth rate in the whole carcass category. This can be attributed primarily to the competitive strength indicated earlier. Also of note is the fact that a greater percentage of consumers purchasing whole carcass turkey are buying fresh rather than frozen—a growing market trend since 1985.

At home consumption of processed turkey has been making dramatic strides since 1984 in light of successful new product and marketing innovations. Consumers purchased more than four times as much processed turkey items (by weight) in 1987 than just three years ago. Over this same interval, consumption of cut-up turkey parts has increased 70%. As well, rising processed and cut-up consumption shows distinct patterns throughout the year, as illustrated in Graph #2.

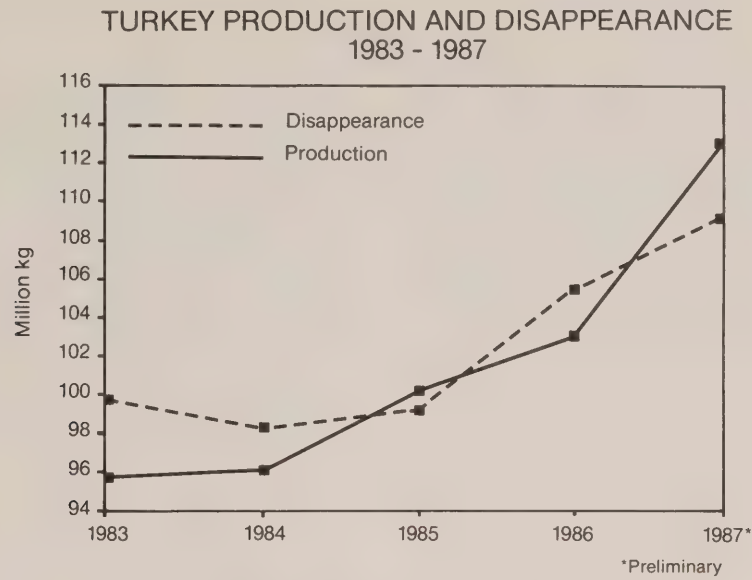
Imports

Imports during 1987 of 3.6 million kg decreased 1.2 million kg from the record imports of 1986, mainly because increased tom production reduced the need for supplemental imports (see Graph #3). As well, CTMA's classification of production by period provided a better assurance that the correct category of turkey would be supplied when required by the marketplace.

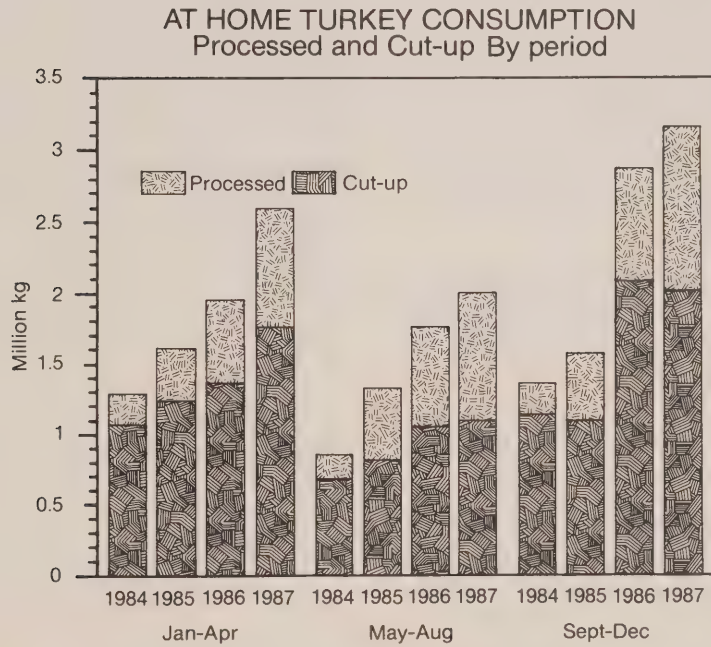
The 1988 preliminary Global production quota of 114.4 million kg (a 0.7% increase over 1987 production) will again be classified according to weight category and period. This co-ordinating function will allow expanding market segments continued and improved access to raw material inputs.



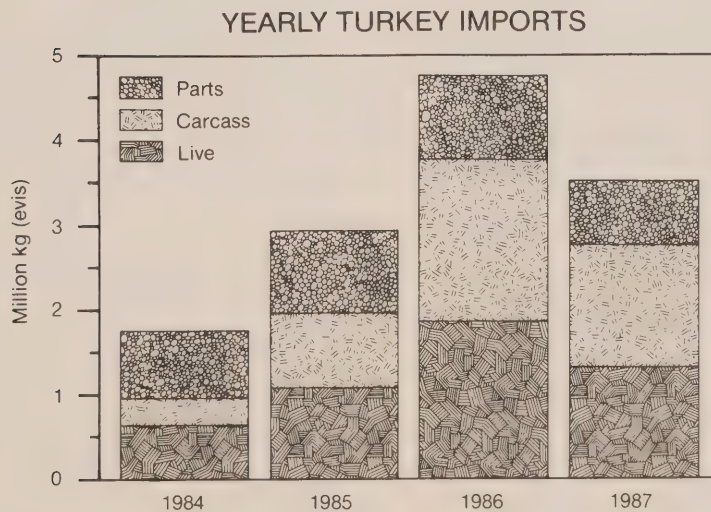
Graph #1



Graph #2



Graph #3





POLICY REPORT

Export Policy

During 1987, as the result of informal discussions with industry and governmental associates, a review of the CTMA Export Policy approved in 1985 was undertaken. A series of amendments to the policy were presented to the November Agency meeting along with a draft of a revised policy. The revised policy as proposed was adopted, effective as of January 1, 1988.

There were essentially four areas of change:

- i. The presentation of the policy was simplified, thereby making the policy easier to understand and as a result, easier to utilize;
- ii. The list of eligible items for credit was expanded to correspond more closely to commonly traded products;
- iii. Eviscerated kilogram credit allowed was increased from 1:1 for boneless exports to 2:1, to reflect yield differences of boneless meat to carcass equivalents;
- iv. The responsibilities of growers and Commodity Boards concerning placements specifically for exports were more clearly set out.

In summary, the amended policy provides clearer guidance to potential exporters and more encouragement for Canadian exporters to develop offshore markets, than did the previous policy.

Multiplier Breeder Growth Policy

Varying circumstances led to a revision of the CTMA Multiplier Breeder Growth Policy for 1987 and the development of a new policy effective January 1, 1988. The primary difference between the policy in place on January 1, 1987 and the revision for 1988 was the elimination of the Agency purchase and export option, covering the increase in multiplier marketings, and its replacement by a conditional allocation from the Agency, to the individual operator, through the appropriate Commodity Boards.

In the years following 1987, each province will be required to apply for conditional allocations, complete with supporting documentation, to cover increases in spent multiplier breeder marketings, relative to a 1987 reference level for that province. There is a reasonable limit on the total available conditional allotment for Canada in any given year which is equal to ten percent of the previous year's marketings.

The Agency finds itself in a tenuous situation regarding the multiplier breeding industry in that, hatching egg and poult production are not under the quota system, yet the bi-product, mature turkey, is marketed domestically under the quota system.

The members' concern is that, unattended, a tremendous increase in mature turkey meat available in the Canadian market may cause injury to the commercial young turkey market. However, at the same time, the members do not want to unduly limit the development of the Canadian multiplier breeding industry. The policy as amended for 1987, and revised for 1988 and thereafter, accomplishes both of the above stated objectives.

Ongoing review of this policy matter is in place through a committee process and an internal monitoring system.

Quota Allocation Procedure

A) ALLOCATION POLICY:

The allocation policy review referred to in last year's annual report was completed, and the resulting procedures applied to the preliminary 1988 quota in April 1987. Appeal findings by the N.F.P.M.C. on those allocations led to a subsequent review throughout the summer and early fall of 1987. A new procedure was developed and applied in October 1987, but a second appeal resulted in the Council declining prior-approval of that quota order based on a legal question arising from the procedure used. The former policy utilized in 1986 was reinstated for allotting 1988 preliminary provincial quotas, requiring that evident deficiencies be addressed.

At a glance, the status of provincial allocation procedures appears less than positive. However, after continued deliberation, there exists a better understanding by all parties involved, including governmental signatories, of the difficult, yet important task of developing an overbase quota allocation procedure that treats all regions of Canada fairly in light of specific and changing market realities.

B) CLASSIFICATION

The commitment to classification strengthened over 1987. In mid-year, the Commodity Board of each province submitted a three year projection (1988-1989-1990) of their own specific market requirements according to class of turkey. These projections were developed on a consultative basis with industry at both the local and national level.

1987 saw marked improvement in live supply coming to market when required. 1988 is expected to show continued improvement. By 1990, a firmly entrenched classification process should be in place, and with continued commitment of provincial boards, producers and industry, required adjustments will not be difficult. The benefit, of course, will be the increased ability of the Canadian turkey industry to continue its growth, in response to consumers' tastes and preferences.



Cost of Production Models

The review of COP models described in the last report culminated with a paper on a model farm concept being presented to the Directors in November. Comprehensive assessment of existing methodologies, and the use of provincial COP's indicated that an alternate to a major field survey must be pursued. This was due primarily to the unique characteristics of the Canadian turkey production sector. A model farm approach, combined with a smaller field survey, one which captures from grower records only that information which is readily available on a consistent basis, seems most suitable. Provincial Board input on the paper is due early in 1988. Pending those responses, and N.F.P.M.C. input, detailed development will be an ongoing internal priority during the first months of 1988.

Looking Ahead

Concurrent with continued work on breeder policy monitoring, allocation and classification procedures, and COP development, 1988 will bring with it many other issues which may require some form of policy attention. Included in this list are: bilateral and multi-lateral trade negotiations; research projects; animal welfare issues; governmental strategy reviews. Efforts will also continue to develop a means to capture the to-date elusive market information for the Hotel, Restaurant and Institution trade. Market information holds the key to the Agency's ability to respond to both internal and external policy matters. As such, market data systems will be subject to ongoing scrutiny so that the members are better equipped to fulfill their responsibilities.



COMMITTEE REPORTS

Executive Committee

The Chairman, Vice Chairman and Executive member who make up the membership of the Executive Committee, oversee the Administration of the Agency as delegated by the Board of Directors.

The Executive is responsible for the evaluation of policies developed to address industry and external issues requiring action by CTMA. They must also interface with Industry, Government, NFPMC, as well as other producer organizations, and provide leadership to other committees established by the Agency.

The Executive members participate in the Audit Committee with CTMA staff members to examine financial statements, review budgets and financial forecasts.

In 1987, the Executive and the Director from Manitoba were appointed to the Overbase Allocation Committee and worked with CTMA staff in the development of procedures for the allocation of overbase quota.

The Promotion Advisory Committee includes the Executive members and the Breeder Advisory Committee and is chaired by the Vice-Chairman; the Agency chairman also represents the Agency as the delegate to the Canadian Federation of Agriculture.

The recommendations brought forward by the committee in 1987 provided a solid basis from which the Directors were able to respond to administrative requirements including assessment of overbase allocation procedures, implementation of a Multiplier Breeder Policy and adoption of improvements to the Export Policy.

Turkey Industry Advisory Committee

The Turkey Industry Advisory Committee met on five occasions in 1987 to advise CTMA on production requirements.

Under the direction of an independent chairman appointed by CTMA, the Committee voting membership includes representatives from the Canadian Poultry and Egg Processors' Council, Further Poultry Processors Association of Canada, Consumers Association of Canada, Retail Council of Canada, Canadian Hatchery Federation, Canadian Federation of Agriculture, and the Canadian Restaurant and Foodservice Association. Non-voting support members include representatives of Agriculture Canada, Special Trade Relations Bureau, Canadian Feed Industry Association and CTMA staff.

The structure of the Committee ensures that the Agency receives advice from all parties affected by changes in production levels.

Production Committee

Appointed by the Chairman, provincial turkey board managers from each of three provinces representing Western, Central and Eastern regions of Canada, analyse markets, production data and industry requirements to bring forward recommendations on global production levels to the Agency Directors.

In 1987, five meetings of the Production Committee were called to assess the supply requirements.

Managers' Committee

The General Manager of the Agency and the managers of the provincial Boards meet at the request of Directors to analyse and develop the technical details for policies being considered by the Agency. The Manager's Committee met in April of 1987 to evaluate a procedure for the allocation of overbase quota.

Breeder Advisory Committee

The Primary Breeder Policy, which has been in place for a number of years, and the Multiplier Breeder Policy adopted by the Directors in 1986, require ongoing review to ensure utilization meets the intent of the policies and that the policies continue to address the requirements of the Primary and Multiplier Breeder Industries.

The Vice Chairman, two Directors and two Provincial Board Managers were appointed to the membership of the committee which was established in 1987.

The committee held two meetings in the latter part of the year to refine procedures for the Multiplier Breeder Policy utilization.

Promotion Advisory Committee

The Promotion Advisory Committee includes representatives of the processing and retail industries in addition to the CTMA Executive and CTMA staff. Primarily, the committee's purpose is to evaluate proposals for the promotion of March as National Turkey Month to ensure that the objects of the Agency are met and that industry co-operation is received.

The Committee met in June of 1987 to assess the results of the 1985, 1986 and 1987 National Turkey Month programs and to evaluate proposals for the coming year. It was recommended that the Agency continue to promote March as National Turkey Month to consumers in 1988 with greater marketing emphasis being placed on the Hotel, Restaurant and Institutional sector over the next three years.



Turkey Research Committee

Appointed to the Research Committee, which was struck in November of 1987, are four Directors whose responsibilities will be to evaluate and make recommendation to the Board regarding proposals

for conducting research pertaining to turkey. The committee will monitor projects approved by the Directors to ensure that the research objectives are being met.

PROMOTION AND MARKETING

1987 was the third year of a medium range marketing plan implemented in 1984 from which the promotion of March as National Turkey Month developed.

Elements of the 1987 March program were similar to previous years and included direct-mail envelope distribution in February of 3.3 million coupons, with a redeemable value of 50 cents on the purchase of any turkey product; a media and industry publicity campaign; distribution of point of purchase turkey recipes to retailers; an advance corporate retail visitation program to explain the promotion; advertising in three national consumer magazines, and participation of the Ability Fund/March of Dimes Organization. For every coupon redeemed, CTMA donated 20 cents to the Ability Fund's programs for disabled adults.

The Promotion Advisory Committee, following their analysis of the three year program concluded that the National Turkey Month concept, although costly, had moderate success vis à vis the objectives of product enhancement and presenting turkey as a viable alternative for everyday meal planning. It was also determined that the decline in redemption of coupons, while still good by Advertising Industry standards, was indicative of the need for a change. In addition, the market data for the three year period showed that most of the market growth experienced had occurred in the Hotel, Restaurant and Institutional sector.

Based on this evaluation, the Advisory Committee recommended that the Agency continue the March promotion for 1988 on a reduced scale and that greater emphasis be directed to the Hotel, Restaurant and Institutional trade. At the annual marketing seminar in June, the Directors adopted the recommendations of the Promotion Advisory Committee.

Continued contact with the foodservice industry was maintained in 1987 through joint participation with provincial boards in the major Canadian foodservice trade shows and by distribution in foodservice magazines of four issues of "Today's Special Turkey" newsletter which contains recipes, plate photography and menu planning ideas.

A Thanksgiving and Christmas co-op promotion with Kraft Foods to highlight roast turkey and stuffing recipes was undertaken at nominal cost to CTMA. Also, the microwave cooking school co-op promotion which featured demonstrations of turkey recipe preparation and included a coupon worth \$5.00 off the purchase of a microwave oven, continued through the year concluding in October, 1987.

In February of 1987, a video of the turkey industry was completed. The film tells the story of turkey production from hatchery to table and is available in education, sales and international versions in both official languages.



CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION

(thousands of eviscerated pounds)*

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
British Columbia	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
Alberta	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
Saskatchewan	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
Manitoba	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
Ontario	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,233	86,574	99,872
Quebec	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
New Brunswick	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
Nova Scotia	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
Canada	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

(thousands of eviscerated kilograms)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987**	1988	1989
British Columbia	9,422	8,429	9,344	8,389	8,713	9,556	10,113	10,819		
Alberta	8,660	7,723	7,623	7,734	8,457	8,417	8,442	9,675		
Saskatchewan	3,705	3,338	3,785	3,709	3,780	3,838	3,994	4,337		
Manitoba	7,795	7,267	7,751	7,337	7,331	7,847	8,044	8,552		
Ontario	42,053	41,231	41,560	43,266	41,750	43,167	44,756	49,196		
Quebec	23,863	22,003	22,765	22,335	22,276	24,305	24,253	25,987		
New Brunswick	1,045	1,091	1,169	1,020	1,178	1,276	1,307	1,620		
Nova Scotia	1,933	1,725	1,667	1,872	1,588	1,767	2,109	2,855		
Canada	98,476	92,807	95,664	95,662	95,073	100,173	103,018	113,041		

*An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

** Preliminary

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
British Columbia	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
Alberta	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
Saskatchewan	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
Manitoba	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
Ontario	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
Quebec	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
New Brunswick	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
Nova Scotia	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
Canada	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
British Columbia	9.57	9.08	9.77	8.77	9.16	9.54	9.82	9.57		
Alberta	8.79	8.32	7.97	8.08	8.90	8.40	8.19	8.56		
Saskatchewan	3.76	3.60	3.96	3.88	3.98	3.83	3.88	3.84		
Manitoba	7.92	7.83	8.10	7.67	7.71	7.83	7.81	7.56		
Ontario	42.70	44.43	43.44	45.23	43.91	43.09	43.44	43.52		
Quebec	24.23	23.71	23.80	23.35	23.43	24.26	23.54	22.99		
New Brunswick	1.06	1.18	1.22	1.07	1.24	1.28	1.27	1.43		
Nova Scotia	1.96	1.86	1.74	1.96	1.67	1.77	2.05	2.53		
Canada	100	100	100	100	100	100	100	100		



PRODUCTION HISTORIQUE CANADIENNE DE DINDON

(milliers de livres de dindon éviscéré) *

Canada	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Colombie-Britannique	17 405	20 090	18 411	21 934	23 026	16 006	18 981	19 651	19 360	20 303
Alberta	17 097	17 041	17 123	18 759	16 944	15 316	16 199	16 649	14 468	17 903
Saskatchewan	7 770	6 740	7 344	8 221	8 525	6 535	7 111	7 338	7 996	8 092
Manitoba	17 284	17 533	16 525	17 155	18 901	12 494	16 615	17 687	15 987	18 151
Ontario	90 749	85 533	86 015	86 015	92 170	81 878	88 517	90 233	86 574	99 872
Québec	50 287	57 956	52 303	59 882	61 878	44 053	44 970	48 607	44 780	52 835
Nouveau-Brunswick	1 032	555	432	726	1 478	1 310	2 143	2 399	2 261	2 363
Nouvelle-Écosse	1 799	1 634	2 044	2 658	3 105	2 774	3 175	3 891	2 961	4 132
Canada	203 423	207 082	195 000	215 350	226 027	180 387	197 711	206 445	194 387	223 651

Canada	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987**	1988	1989
Colombie-Britannique	9 422	8 429	9 344	8 389	8 713	9 556	10 113	10 819	9 675	10 819
Alberta	8 660	7 723	7 623	7 734	8 457	8 417	8 442	8 394	4 337	9 675
Saskatchewan	3 705	3 338	3 785	3 709	3 780	3 838	3 994	3 994	4 337	9 675
Manitoba	7 795	7 267	7 751	7 337	7 331	7 847	8 044	8 552	49 196	8 552
Ontario	42 053	41 231	41 560	43 266	41 750	43 167	44 756	49 196	25 987	49 196
Québec	23 863	22 003	22 765	22 335	22 276	24 305	24 253	25 987	1 620	25 987
Nouveau-Brunswick	1 045	1 091	1 169	1 020	1 178	1 276	1 307	1 620	1 620	1 620
Nouvelle-Écosse	1 933	1 725	1 667	1 872	1 588	1 767	2 109	2 855	2 855	2 855
Canada	98 476	92 807	95 664	95 662	95 073	100 173	103 018	113 041	113 041	113 041

Une tentative d'ajustement a été faite pour tenir compte des importations de dindons vivants, des exportations et du mouvement interprovincial de dindons vivants: toutefois, avant 1977 le mouvement interprovincial n'était pas totalement vérifié.

** Préliminaire

POURCENTAGE PROVINCIAL DE LA PRODUCTION CANADIENNE

Canada	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Colombie-Britannique	8,56	9,70	9,44	10,19	10,19	8,87	9,60	9,52	9,96	9,08
Alberta	8,40	8,23	8,78	8,71	7,50	8,49	8,19	8,06	7,44	8,00
Saskatchewan	3,82	3,25	3,77	3,82	3,77	3,62	3,60	3,55	4,11	3,62
Manitoba	8,50	8,47	8,47	7,97	8,36	6,93	8,40	8,57	8,22	8,12
Ontario	44,61	41,30	41,45	39,94	40,78	45,40	44,77	43,70	44,54	44,66
Québec	24,72	27,99	26,82	27,81	27,38	24,42	22,75	23,54	23,04	23,62
Nouveau-Brunswick	,51	,27	,22	,34	,65	,73	1,08	1,16	1,16	1,06
Nouvelle-Écosse	,88	,79	1,05	1,23	1,37	1,54	1,61	1,88	1,52	1,85
Canada	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Canada	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Colombie-Britannique	9,57	9,08	9,77	8,77	9,16	9,54	9,82	9,57	8,56	9,57
Alberta	8,79	8,32	7,97	8,08	8,90	8,40	8,19	8,56	8,12	8,56
Saskatchewan	3,76	3,60	3,96	3,88	3,98	3,83	3,88	3,84	3,84	3,84
Manitoba	7,92	7,83	8,10	7,67	7,71	7,83	7,81	7,56	7,56	7,56
Ontario	42,70	44,43	43,44	45,23	43,91	43,09	43,44	43,52	43,52	43,52
Québec	24,23	23,71	23,80	23,35	23,43	24,26	23,54	22,99	22,99	22,99
Nouveau-Brunswick	1,06	1,18	1,22	1,07	1,24	1,28	1,27	1,43	1,43	1,43
Nouvelle-Écosse	1,96	1,86	1,74	1,96	1,67	1,77	2,05	2,53	2,53	2,53
Canada	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Comité de recherche sur le dindon

Le Comité de recherche qui a été constitué en novembre 1987 comprend quatre Directeurs qui auront pour tâche d'évaluer les propositions et présenter au Conseil d'administration des recommandations relatives à la

recherche sur le dindon. Le Comité supervisera les projets approuvés par les Directeurs afin d'assurer que les buts de la recherche soient atteints.



PROMOTION ET COMMERCIALISATION

1987 fut la troisième année d'application d'un programme de commercialisation de moyenne envergure institué en 1984 et dont découle la promotion du mois de mars comme Mois national de la dinde.

Les éléments du programme de mars 1987 étaient similaires à ceux des années précédentes et comprenaient la distribution par publipostage, en février, de 3,3 millions de coupons d'une valeur de 50 cents remboursables à l'achat de tout produit de dinde; une campagne publicitaire dans les médias et l'industrie; la distribution aux détaillants de recettes à base de dinde pour le point de vente; un programme de visites préalables aux commerces de détail pour expliquer la promotion; des annonces publicitaires dans trois magazines nationaux de grande diffusion et la contribution au Fonds de réadaptation/Marche des dix sous. Pour chaque coupon honoré, l'OCCD fit don de 20 cents à cette organisation pour financer ses programmes d'assistance aux adultes handicapés.

Un contact constant avec l'industrie de la restauration et des services alimentaires fut maintenu en 1987 grâce à la participation conjointe avec les offices provinciaux aux principaux salons de la restauration et à la distribution dans les magazines professionnels de quatre numéros du bulletin "La dinde au goût du jour" qui comporte des recettes, des photographies et des idées de planification de menu.

En se basant sur cette évaluation, le Comité consultatif recommanda à l'Office de poursuivre la promotion de mars en 1988 sur une plus petite échelle et de l'orienter plus spécialement sur le secteur des Hôtels, restaurants et institutions. Lors du séminaire annuel de commercialisation en juin, les directeurs adoptèrent les recommandations du Comité consultatif sur la promotion.

Pour l'Action de Grâce et Noël, une promotion collective avec Kraft Foods portant essentiellement sur des recettes de dinde rôtie et de farces, fut entreprise moyennant un coût nominal pour l'OCCD. De même, la promotion collective de cours de cuisine aux micro-ondes qui comportaient des démonstrations de préparation de recettes à base de dinde ainsi que la remise d'un coupon de 5 \$ à valoir sur l'achat d'un four à micro-ondes, s'est poursuivie durant l'année jusqu'au mois d'octobre 1987.

En février 1987, un film vidéo sur l'industrie du dindon a été réalisé. Il relate l'histoire de la production du dindon, du couvoir à la table, et est disponible en version éducative, commerciale et internationale, dans les deux langues officielles.

Le Comité consultatif sur la promotion, après analyse du programme de trois ans, conclut que le concept du Mois national de la dinde, bien que coûteux, constituait une réussite modérée vis-à-vis des objectifs de mise en valeur du produit et de présentation de la dinde comme une alternative valable dans la planification des menus quotidiens. Il détermina également que le déclin dans le remboursement des coupons qui reste néanmoins satisfaisant selon les normes publicitaires, était un indice de la nécessité d'un changement. De plus, les données sur le marché pour la période de trois ans ont montré que la majeure partie de l'expansion avait eu lieu dans le secteur des Hôtels, restaurants et institutions.



RAPPORT DES COMITÉS

Comité exécutif

Le Président, le Vice-président et le Membre exécutif qui constituent le Comité exécutif supervisent l'administration de l'Office, à titre de représentants du Conseil d'administration.

Le Comité exécutif est responsable de l'évaluation des politiques instituées pour traiter les questions d'ordre externe et relatives à l'industrie nécessitant des mesures de la part de l'OCCD. Il doit également s'entretenir auprès des membres de l'industrie, du gouvernement, du CNCPA, ainsi que d'autres organisations de producteurs, et procurer le leadership aux autres comités établis par l'Office.

Les membres du Comité exécutif siègent au Comité de vérification avec les membres du personnel de l'OCCD pour examiner les états financiers, analyser les budgets et les prévisions financières.

En 1987, le Comité exécutif et le Directeur du Manitoba furent nommés au Comité de surcontingement et ont travaillé avec le personnel de l'OCCD à l'établissement de méthodes d'attribution du contingent en sus de la base.

Le Comité consultatif sur la promotion comprend les membres du Comité exécutif, et le Comité consultatif sur l'élevage multiplicateur est présidé par le Vice-président; le Président de l'Office représente également celui-ci à titre de délégué auprès de la Fédération canadienne de l'agriculture.

Les recommandations présentées par le Comité en 1987 fournissent une base solide sur laquelle les Directeurs purent s'appuyer pour répondre aux exigences administratives y compris l'évaluation des méthodes d'attribution du contingent en sus de la base, la mise en oeuvre d'une Politique de surcroît de multiplicateurs et l'adoption d'améliorations à la Politique d'exportation.

Comité consultatif sur l'industrie du dindon

Le Comité consultatif sur l'industrie du dindon s'est réuni cinq fois en 1987 pour aviser l'OCCD des nécessités de production.

Sous la direction d'un président indépendant nommé par l'OCCD, les membres votants du Comité comprennent des représentants du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles, de l'Association canadienne des transformateurs secondaires de volailles, de l'Association canadienne des consommateurs, du Conseil canadien du commerce au détail, de la Fédération canadienne des couvoirs, de la Fédération canadienne de l'agriculture et de l'Association canadienne des restaurants et services alimentaires. Les membres non votants comprennent des représentants d'Agriculture Canada, de la Direction générale des relations commerciales spéciales, de l'Association canadienne des fabricants de moules et du personnel de l'OCCD.

Comité de production

La structure du Comité assure que l'Office reçoive l'avis de toutes les parties affectées par les changements dans les niveaux de production.

Il comprend trois gérants d'offices provinciaux représentant l'ouest, le centre et l'est du Canada, nommés par le Président, chargés d'analyser les marchés, les données de production et les besoins de l'industrie, afin de présenter aux Directeurs de l'Office des recommandations relatives aux niveaux de production globale.

En 1987, le Comité de production s'est réuni cinq fois pour évaluer les nécessités d'approvisionnement.

Comité des gérants

Le Directeur général de l'Office et les gérants des offices provinciaux se réunissent à la demande des Directeurs pour analyser et mettre au point les détails techniques pour les politiques envisagées par l'Office. Le Comité des gérants s'est réuni en avril 1987 pour évaluer une méthode d'attribution du contingent en sus de la base.

Comité consultatif sur l'élevage multiplicateur

La Politique de reproduction primaire, en vigueur depuis un certain nombre d'années, et la Politique de surcroît de multiplicateurs adoptée par les Directeurs en 1986, doivent être révisées en permanence pour assurer que leur application serve le but visé et qu'elles continuent à répondre aux exigences des industries d'élevage primaire et de multiplication.

Le Vice-président, deux Directeurs et deux gérants d'offices provinciaux furent nommés au Comité qui fut constitué en 1987.

Le comité s'est réuni deux fois dans les derniers mois de l'année pour parfaire les méthodes d'application de la Politique de surcroît de multiplicateurs.

Comité consultatif sur la promotion

Le Comité consultatif sur la promotion comprend, outre le Comité exécutif et le personnel de l'OCCD, des représentants de l'industrie de transformation et du commerce au détail. Le rôle essentiel de ce Comité est l'évaluation des propositions pour la promotion de mars comme Mois national de la dinde, afin d'assurer que les objectifs de l'Office soient atteints et que l'industrie coopère à cet effort.

Le Comité s'est réuni en juin 1987 pour évaluer les résultats des programmes du Mois national de la dinde de 1985, 1986 et 1987 et pour estimer les propositions pour l'année à venir. On recommanda à l'Office de continuer à promouvoir le mois de mars comme Mois national de la dinde, en insistant sur le secteur des Hôtels, restaurants et institutions, au cours des trois prochaines années.



Modèles de coût de production

La révision des modèles de CDP décrite dans le dernier rapport annuel a abouti à un exposé sur un concept de ferme modèle présentée aux Directeurs en novembre. Une évaluation globale des méthodologies existantes, et l'utilisation des CDP provinciaux, ont indiqué la nécessité de poursuivre une méthode de remplacement de l'enquête majeure sur place. Cela était dû essentiellement aux caractéristiques uniques du secteur de production du dindon canadien. Le concept de ferme modèle, combiné avec une enquête sur place de plus petite envergure ne recueillant que l'information facilement disponible dans les registres des éleveurs sur une base constante, semble des plus adéquates. L'apport des offices provinciaux relatif à cet exposé est attendu au début de 1988. En attendant ces réponses, ainsi que l'apport du C.N.C.P.A., une élaboration détaillée restera une priorité interne constante durant les premiers mois de 1988.

Perspectives

Outre la poursuite du monitoring de la politique de surcroît de multiplicateurs, l'étude suivie des méthodes de CDP, 1988 nous posera de nombreux autres problèmes qui pourraient nécessiter l'institution de certaines formes de politique. Au nombre de ces questions, citons les négociations commerciales bilatérales et multilatérales, les projets de recherche, la protection animale, les analyses stratégiques gouvernementales. Les efforts se poursuivront également pour trouver un moyen de capter l'information encore intangible sur le secteur des Hôtels, restaurants et institutions. L'information commerciale est indispensable à l'Office pour traiter les questions de politique intérieure et extérieure. A cette fin, les systèmes de données sur le marché feront l'objet d'une analyse minutieuse afin que les membres soient plus aptes à assumer leurs responsabilités.



RAPPORT SUR LES POLITIQUES

Politique d'exportation

Durant 1987, à la suite de discussions de caractère non officiel avec des collègues du gouvernement et de l'Industrie, une révision de la Politique d'exportation de l'OCCD approuvée en 1985 fut entreprise. Une série d'amendements à la politique fut présentée lors de l'Assemblée de novembre de l'Office, accompagnée d'un projet de la politique révisée. La politique révisée, telle que proposée, fut adoptée et est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 1988.

Elle comporte essentiellement quatre changements:

i. La présentation de la politique est simplifiée ce qui la rend par conséquent plus compréhensible et, de ce fait même, plus facile à appliquer;

ii. La liste des produits admissibles aux crédits d'exportation est plus longue afin de correspondre plus étroitement aux produits communément exportés;

iii. L'allocation en kilogrammes de dindon entier éviscéré a été augmentée dans les proportions suivantes: de 1:1 pour le produit désossé à 2:1, afin de refléter les différences de rendement entre la viande désossée et les carcasses;

iv. Les responsabilités des éleveurs et des offices provinciaux en ce qui concerne les placements spécifiquement destinés aux exportations sont exposées plus clairement.

En résumé, la politique amendée fournira un guide plus explicite aux exportateurs éventuels et incitera davantage les exportateurs canadiens à développer les marchés.

Politique de surcroît de multiplicateurs

Diverses circonstances ont amené une révision de la Politique de surcroît de multiplicateurs de l'OCCD pour 1987 et l'élaboration d'une nouvelle politique entrée en vigueur le 1^{er} janvier 1988. La principale différence entre la politique en vigueur au 1^{er} janvier 1987 et la révision pour 1988 était l'élimination de l'option d'achat et d'exportation par l'Office, couvrant le surcroît de multiplicateurs, et son remplacement par une allocation conditionnelle par l'Office à l'exploitant individuel, par l'intermédiaire des offices provinciaux appropriés.

Dans les années suivant 1987, chaque province devra faire sa demande d'allocation conditionnelle, accompagnée des pièces justificatives, pour couvrir la commercialisation de surcroît de multiplicateurs réformés, par rapport à un niveau de référence de 1987 pour cette province. Une limite raisonnable est fixée à l'allocation conditionnelle totale pour le Canada dans une année quelconque, qui est égale à 10 % de la commercialisation de l'année précédente.

L'Office se trouve dans une situation délicate en ce qui concerne l'industrie de l'élevage multiplicateur, du fait que la production d'oeufs d'acouvage et de dindonneaux n'est pas contingente, mais que cependant le produit dérive—

Système de contingentement

A) POLITIQUE D'ATTRIBUTION

La révision de la politique de contingentement mentionnée dans le dernier rapport annuel a été effectuée et les méthodes qui en découlent ont été appliquées au contingent préliminaire de 1988 en avril 1987. Les conclusions de l'appel au C.N.C.P.A. sur ces attributions ont amené une révision subséquente au cours de l'été et au début de l'automne 1987. Une nouvelle méthode fut établie et appliquée en octobre 1987, à la suite d'un second appel, le Conseil a refusé l'approbation préalable de cette ordonnance de contingentement en alléguant une question de droit émanant du système utilisé. La politique précédemment appliquée en 1986 fut réinstaurée pour l'attribution des contingents provinciaux préliminaires de 1988, ce qui implique la nécessité de corriger les déficiences manifestes.

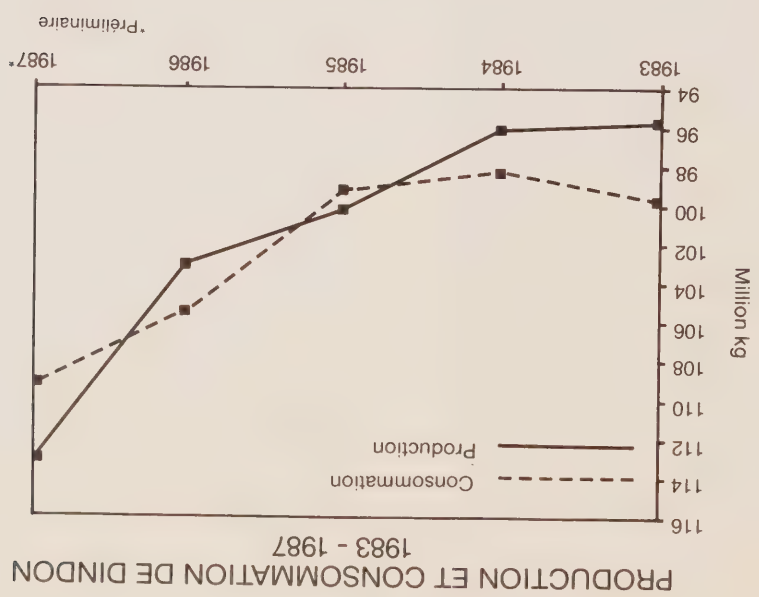
A première vue, le statut des méthodes d'attribution des contingents provinciaux semble pour le moins incertain. Toutefois, après des délibérations prolongées on est parvenu à une meilleure compréhension de la part de toutes les parties concernées, y compris les signataires gouvernementaux, de la tâche difficile mais importante de l'établissement d'un système d'attribution du contingent en sus de la base qui traiterait équitablement toutes les régions du Canada, à la lumière des réalités spécifiques et changeantes du marché.

B) CLASSIFICATION

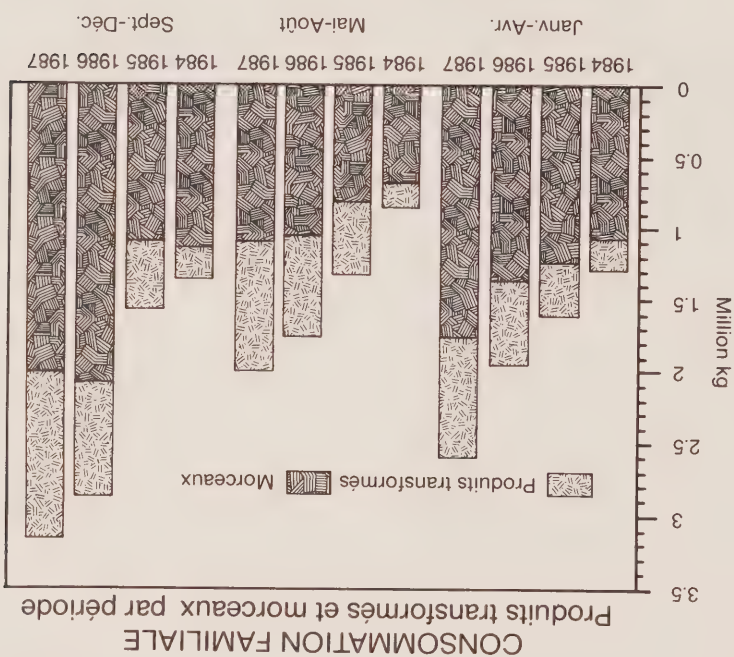
L'engagement envers la classification a été renforcé en 1987. Au milieu de l'année, chaque office provincial a soumis une projection de trois ans (1988-1989-1990) des nécessités spécifiques de son propre marché, par catégorie de dindon. Ces projections avaient été établies sur la base de consultations avec l'industrie, au niveau local et national.

1987 vit une amélioration marquée dans l'approvisionnement du marché en dindon vivant, au moment voulu. Cette amélioration est censée continuer en 1988. En 1990, une méthode de classification fermement implantée devrait être en vigueur et, grâce à l'engagement suivi des offices provinciaux, des producteurs et de l'industrie, les ajustements nécessaires ne devraient pas être difficiles.

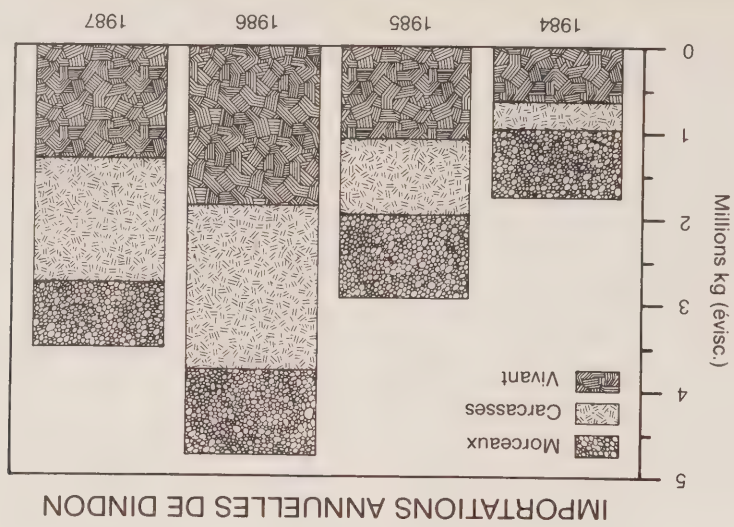
L'avantage, bien entendu, sera la possibilité accrue d'expansion continue de l'industrie canadienne du dindon, pour répondre aux goûts et aux préférences des consommateurs.



Graphique n° 1



Graphique n° 2



Graphique n° 3





ETUDE DU MARCHÉ 1987

Approvisionnement

La production de dindon en 1987 a augmenté de 10,5 millions kg (10,2 %) par rapport à 1986 et de 13,4 millions kg (13,3 %) par rapport à 1985 (voir Graphique n° 1). La production de jeunes dindons mâles a augmenté de 6,6 millions kg (16,3 %) en réponse à l'effort déployé, dans toute l'industrie, pour stimuler une production supplémentaire dans cette catégorie. La production de dindons à griller et de dindons femelles a augmenté de 3,5 millions kg (6,0 %) et la production de dindons adultes a augmenté de 0,4 million kg (10,5 %).

Les prix de gros des dindons de Catégorie 'A' (par chargements complets) de janvier à juin 1987 ont suivi une courbe similaire à celle des prix de janvier à juin 1986. Dans l'intervalle de juillet à décembre 1987, les prix de gros ont baissé par rapport au niveau relativement élevé de l'année précédente—de près de 20 cents en moyenne par kilogramme dans certaines régions, sous la pression d'une considérable augmentation de l'approvisionnement.

Les prix à la production du dindon vivant ont baissé de 5,8 cents durant 1987, influencés par certains facteurs tels que l'accroissement de l'approvisionnement et la considération du coût de production. En moyenne, les prix ont baissé durant l'année de 4,4 cents pour les dindons à griller, 4,3 cents pour les dindons femelles et 7,9 cents pour les dindons mâles.

Demande

En 1987, pour la troisième année consécutive, la consommation de dinde per capita a augmenté. Un estimateur préliminaire de la consommation finale indique qu'elle s'élèverait à 109,7 millions kg—3,9 % de plus qu'en 1986 et 10,7 % de plus qu'en 1985 (voir Graphique n° 1). L'acceptation du consommateur s'avère clairement dans une gamme accrue de produits à base de dinde disponibles au détail et dans le secteur HRI.

La consommation de dindons mâles (destinés essentiellement au secteur de transformation supplémentaire) continue à être très prometteuse. Elle a été supérieure en 1987 de 10,1 % à celle de 1986 et de plus de 19 % à celle de 1985. La consommation de dindons à griller et de dindons femelles a affiché un gain de 3,1 % en 1987.

Les prix moyens au détail de la dinde entière congelée n'a augmenté que de 2,6 % en 1987, ce qui représente la plus faible augmentation de prix des principales viandes—ces prix ayant augmenté de 6 - 9 % par comparaison.

Importations

Durant 1987, les importations s'élevaient à 3,6 millions kg et ont été inférieures de 1,2 million kg à celles de l'année record de 1986. Cela provient essentiellement de la production accrue de dindons mâles qui a réduit la nécessité d'importations supplémentaires (voir Graphique n° 3). De même, la classification de la production par période instituée par l'OCCD a fourni une meilleure assurance de l'approvisionnement au moment voulu.

La consommation familiale de produits transformés à base de dinde a progressé à un rythme spectaculaire depuis 1984, à la faveur des nouveaux produits à succès et des innovations commerciales. Les consommateurs ont acheté en 1987 plus de quatre fois plus (au poids) de produits transformés à base de dinde qu'il y a seulement trois ans. Dans ce même intervalle, la consommation de morceaux de dinde a augmenté de 70 %. D'autre part, l'augmentation de la consommation de produits transformés et de morceaux de dinde a montré des tendances distinctes tout au long de l'année, comme l'indique le Graphique n° 2.

Le contingent global préliminaire de production pour 1988 fixé à 114,4 millions kg (soit une augmentation de 0,7 % sur la production de 1987) sera de nouveau classifié par catégorie de poids et période. Cette mesure de coordination permettra la continuation de l'expansion des différents segments du marché et rendra le produit brut plus facilement accessible.



L'OCGD

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1987

1. CONVENTIONS COMPTABLES D'OPÉRATIONS

L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon est un office constitué en vertu de la Loi sur les Offices de Commercialisation des Produits de Ferme du Canada, pour favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie fortes, efficaces et concurrentielles pour la commercialisation des dindons au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organismes sans but lucratif. Les pratiques sont les suivantes:

IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont capitalisées au prix d'acquisition. Toutes les dépenses de réparation et d'entretien sont rapportées dans l'année où elles-ci sont encourues.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode de l'amortissement décroissant pour l'équipement de bureau à 20% par année, 30% par année pour l'ordinateur et l'automobile, et selon la méthode de l'amortissement linéaire pour toutes améliorations locales pendant le terme de cinq ans.

2. COMPTES À RECEVOIR

Prélèvements des producteurs	306 632\$	1987
Intérêt couru	357	1986
	264 706\$	1986

3. DÉPENSES PRÉPAYÉES

Les dépenses prépayées consistent en:

Promotion	19 087\$	1987
Assurance	1 717	1986
Frais payés d'avance pour le déplacement	0	1986
	20 804\$	1986

La promotion prépayée se rapporte à la campagne de 1988

4. IMMOBILISATIONS

Automobile	27 593\$	1987
Ordinateur	67 045	1986
Mobilier et équipement	74 218	1986
Améliorations locales	9 974	1986
	178 830\$	1986
Coût	1 380\$	1986
Dépréciation accumulée	35 541	1986
	35 075	1986
	8 816	1986
	80 812\$	1986
	98 018\$	1986
	1 158	1986
	39 143	1986
	31 504	1986
	26 213\$	1986
	13 313\$	1986
	23 241	1986
	17 526	1986
	2 314	1986
	56 394\$	1986

5. BAIL DE LOCATION

En vertu de plusieurs baux, celui du logement et pour l'équipement, l'Office doit payer:

1988	56 140\$
1989	20 690
1990	12 406
1991	12 406
	101 642\$

6. PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION

Ces contributions représentent les montants attribués à l'Office à la suite de surproduction de dindons par certains des huit Offices Provinciaux de Commercialisation du Dindon. Ces fonds représentent les contributions de surproduction au cours de l'année civile 1986. L'Office enregistre ces contributions de surproduction lorsque les fonds sont reçus et non sur des charges à payer. Ces fonds sont considérés comme actif potentiel jusqu'à ce qu'ils soient finalisés à cause de stipulations de force majeure, d'ajustements par le Ministère Fédéral de l'Agriculture selon les statistiques ou tout autre ajustement que l'Office considère justifié. Les contributions de surproduction pour 1987, le cas échéant, sont inscrites dans l'état des opérations de 1988.



L'OCED

ÉTAT DES DÉPENSES

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1987

1986

1987	1986
21 194\$	24 484\$
35 318	79 254
4 935	6 300
14 030	15 358
24 118	21 342
4 483	6 897
11 389	2 352
427	416
18 739	14 974
8 456	4 960
28 844	21 203
399	5 759
32 819	30 814
12 368	6 316
217 519\$	240 429\$

RÉMUNÉRATIONS DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

226 844\$	180 040\$
55 675	47 884
32 757	29 440
315 276\$	257 364\$

FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

221 762\$	149 123\$
46 616	40 628
16 363	12 184
1 003	1 055
285 744\$	202 990\$

CAMPAGNES DE VENTES

16 956\$	19 886\$
32 122	24 254
2 143	46 334
3 981	4 393
7 777	9 718
515 503	409 122
578 482\$	513 707\$

DÉPENSES DE PROMOTION

1 162\$	1 757\$
1 497	2 176
7 804	5 748
10 562	9 965
4 819	4 702
25 205	24 226
51 049\$	48 574\$

voir notes ci-jointes



L'OCCD

ÉTAT DES OPÉRATIONS POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1987

1986	1987	
1 498 390\$	1 653 778\$	Revenus des producteurs
6 097	4 104	Intérêts et permis
1 504 487	1 657 882	
240 429	217 519	Autres dépenses administratives (Annexe 1)
257 364	315 276	Salaires des directeurs et du personnel (Annexe 1)
202 990	285 744	Frais de voyage des directeurs et du personnel (Annexe 1)
700 783	818 539	
105 947	111 240	Promotion aux hôtels, restaurants et institutions
513 707	578 482	Campagnes de vente (Annexe 1)
48 574	51 049	Dépenses de promotion (Annexe 1)
668 228	740 771	
49 852	52 650	Étude du marché
6 063	6 162	Comité sur la promotion
16 208	16 904	Publicité dans les revues agricoles
18 000	18 900	La Fédération Canadienne de l'Agriculture
33 154	21 080	Développement des marchés intérieurs et d'exportation
123 277	115 696	
791 505	856 467	AUTRES
0	(4 616)	Perte ou profit sur la vente d'immobilisations
1 492 288	1 670 390	REVENUS DE L'ADMINISTRATION ET DE LA PROMOTION
12 199	(12 508)	PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION (note 6)
58 776	8 696	EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES
70 975\$	(3 812)\$	(DÉPENSES SUR LES REVENUS) pour l'année

voir notes ci-jointes

voir notes ci-jointes

L'OCCD
ÉTAT DU SOLDE DU FONDS
AU 31 DÉCEMBRE 1987



SOLDE DU FONDS, au début de l'exercice	1987	1986
EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES (DÉPENSES SUR LES REVENUS) pour l'année	367 988\$	297 013\$
	(3 812)	70 975
SOLDE DU FONDS, à la fin de l'exercice	364 176\$	367 988\$



BILAN DE L'OCCD
AU 31 DÉCEMBRE 1987

Actif

Actif À COURT TERME		
Encaisse.....	100\$	1987
Comptes à recevoir (note 2)	306 989	
Dépenses préparées (note 3)	20 804	
IMMOBILISATIONS (note 4)	327 893	
	98 018	
	425 911\$	1986
	450 710\$	

Passif

À COURT TERME		
Découvert en banque	18 852\$	
Créditeurs et frais courus	42 883	
	61 735\$	
	82 722\$	
	87 722	
	0\$	
	364 176	
	425 911\$	
SOLDE DU FONDS	367 988	
	450 710\$	

Approuvé au nom du Conseil d'administration

Art Roder

Art Roder, Directeur

Lorne Bustin

Lorne Bustin, Directeur

voir notes ci-jointes

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTATS FINANCIERS
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1987

Rapport des vérificateurs

Aux Membres de

L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon, au 31 décembre 1987 ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

À notre avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de l'Office, au 31 décembre 1987, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

Robinson, Lott & Brohman

Robinson, Lott & Brohman
Comptables agréés

Guelp, Ontario
Le 5 février 1988





Le ministère des Affaires extérieures a constitué des comités consultatifs pour améliorer le système d'importation au moyen d'une politique plus claire qui comprendrait des clauses relatives aux nouveaux requérants et donnerait de la flexibilité au système. Nous avons été explicitement informés que la politique en cours de élaboration n'aurait trait qu'au contingent actuellement non attribué et non à l'augmentation de 75 % en vertu de l'accord commercial bilatéral. Cela est un autre sujet d'inquiétude pour notre industrie.

Relevons les défis

En considérant nos querelles intestines relatives aux implications des questions de commerce extérieur, nous devons être sérieusement inquiets de l'avenir de la stabilité de notre industrie. Nous devons maintenir l'ordre chez nous en assurant que nos marchés soient constamment approvisionnés concurrentiellement et en remplissant les obligations du mandat qui nous a été confié en vertu de notre Accord fédéral-provincial.

Les défis et les possibilités abonderont en 1988. Si l'on peut assurer la collaboration et la compréhension à tous

les niveaux de notre industrie, l'impact des problèmes auxquels nous nous heurtons pourra être minimisé et les possibilités pleinement exploitées.

Pour conclure, je désire exprimer ma gratitude à Art Roder, notre Président, et à son Comité exécutif pour leur apport considérable et le temps précieux qu'ils nous ont consacré durant 1987. Je désire également remercier tous les Directeurs de leur aide dans l'accomplissement des nombreuses réalisations de l'an dernier. Je tiens finalement à témoigner notre sincère appréciation à tout le personnel de l'Office dont le dévouement a contribué à rendre possible ces réalisations.

Respectueusement soumis,

Ken Crawford,
Directeur général



RAPPORT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

- Les systèmes de base de données de l'Office ont été actualisés et amplifiés afin de procurer une information plus opportune sur le potentiel du marché actuel et futur. Notre système de contrôle financier a été incorporé dans le système amélioré et chaque poste de secrétariat est maintenant doté d'une machine de traitement de texte.
- Des télécopieurs ont été installés à l'Office, à tous les offices provinciaux et au domicile du Président. L'adoption de cette technologie a énormément simplifié les communications tout en réduisant les frais de téléphone et d'affranchissement.

Sujets de préoccupation

Le partage du marché continue à poser un problème majeur à l'industrie canadienne du dindon. L'Office avait fixé le contingent global préliminaire de 1988 l'an dernier en mars. En laissant à l'industrie un plus long délai de planification, cette mesure était censée constituer un progrès majeur. Toutefois, les provinces membres furent incapables de parvenir à un accord unanime au sujet des parts provinciales, et de mettre au point une politique d'attribution acceptable. Cela eut pour résultat deux appels distincts au Conseil national de commercialisation des produits agricoles et un accord ne put être conclu avant la fin décembre.

L'attribution des parts de marché a été un continuuel problème pour l'Office. Cette question doit être résolue, à la fois pour protéger notre système de gestion des approvisionnement et pour tirer tout le bénéfice de la sérieuse augmentation de la demande pour nos produits. Obliions nos querelles et prouvons que nous sommes capables de gérer notre industrie conformément à notre mandat.

On se souviendra à coup sûr de l'année passée comme du point de départ d'un certain nombre de changements externes qui auront très probablement un impact majeur sur l'avenir de l'agriculture canadienne et de ses systèmes de production et de commercialisation. En particulier, l'assise du système de gestion des approvisionnements pourrait être ébranlée si notre industrie n'était pas prête à s'adapter.

La production agricole et sa commercialisation étaient prêtes à entrer dans une ère nouvelle en conséquence de l'accord commercial bilatéral avec les États-Unis. À la signature de ce pacte au début de la nouvelle année, notre contingent d'importation globale a augmenté de 75 %. Le pacte stipule également la suppression, par la suite, de tous les tarifs douaniers. Le Canada soutient fondamentalement la position des E.-U. dans les négociations multilatérales sur l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) qui réclame l'élimination des barrières commerciales, cause d'anomalies, telles que la modification ou la suppression de l'Article XI des règlements du GATT. Comme nous le savons tous, l'Article XI est le fondement d'une saine gestion des approvisionnements.

L'attribution du contingent accru d'importations globales est une autre question extérieure qui préoccupe l'industrie.

En tant que Directeur général de l'Office canadien de commercialisation du dindon, j'ai le plaisir de vous fournir cette actualisation sur les activités administratives de l'Office durant 1987.

Le personnel et ses responsabilités

Je commencerai par un aperçu de l'effectif de notre personnel et de nos responsabilités envers les Directeurs de l'Office et les producteurs du Canada. Notre personnel actuel consiste en sept employés à plein temps, y compris moi-même, et une secrétaire supplémentaire à temps partiel. Notre tâche est à la fois complexe et considérable, en ce sens qu'elle englobe non seulement l'administration quotidienne et la gestion de l'Office, mais également l'identification de questions majeures, externes et internes —actuelles et futures. Le personnel est également chargé de résoudre les problèmes détectés et d'appliquer et d'administrer les politiques telles qu'approuvées par les Directeurs.

Le personnel de l'Office organise également les réunions selon le besoin, prépare les ordres du jour, rassemble la documentation et procure du personnel d'appoint pour ces réunions. Au cours de 1987, il y eut neuf réunions des Directeurs, 15 réunions du Comité exécutif, 17 réunions de comités et 32 réunions avec les représentants de l'industrie et du gouvernement.

Réalisations en 1987

Alors que l'année 1987 a posé de nombreux défis à l'Office, plusieurs réalisations majeures ont été accomplies.

- Du producteur au détaillant, tous les membres de l'industrie du dindon ont continué à connaître stabilité et rentabilité.
- L'accroissement de la consommation et de la production annuels ont égalé la solide augmentation réalisée en 1986. Bien que l'on anticipe une fermeté suivie du marché, les premiers signes d'une stabilisation sont susceptibles de se manifester.

- La classification a eu pour résultat une production plus conforme aux besoins du marché. Les offices provinciaux doivent être félicités pour ce changement dans leurs schémas de production, ce qui représentait une entreprise majeure. Nous sommes certains que cette tendance se poursuivra durant 1988.

- L'application de la Politique de surcroît de multiplication depuis longtemps attendue a simplifié un problème majeur pour les éleveurs et les accoueurs canadiens. La nouvelle politique renforcera l'uniformité de l'approvisionnement d'oeufs et de dindonneaux, tant pour le marché intérieur que pour l'exportation.

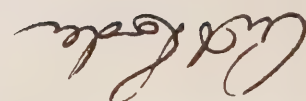
- La révision et la simplification de la Politique d'exportation créeront de nouveaux débouchés pour les producteurs canadiens et leurs partenaires commerciaux sur les marchés internationaux.

Conclusion

Sans aucun doute, l'année qui vient présentera de nouveaux défis, et c'est grâce à la collaboration et à la compréhension à tous les niveaux que les possibilités d'expansion pourront être traitées de façon à bénéficier à tous dans notre industrie.

Mes remerciements à tous les Directeurs de l'Office pour leur appui constant durant 1987. Je remercie en particulier les autres membres du Comité exécutif, Ken Crawford, Directeur général, et tout le personnel de l'OCCD. Vos prodigieux efforts pour assurer la bonne marche du système ont été hautement appréciés.

Respectueusement soumis,



Art Roder,
Président





RAPPORT DU PRÉSIDENT

considère que l'accord est favorable pour l'agriculture canadienne en général, et pour le Canada dans son ensemble, est-il judicieux de le condamner du fait de notre intérêt personnel?

Les actuelles négociations sur l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) sont une préoccupation encore plus importante pour l'avenir de notre système de commercialisation. En décembre, le Directeur général et moi-même, avons participé avec les représentants de l'industrie du poulet et de l'industrie laitière à un voyage à Genève, dans l'intention d'acquiescer une meilleure compréhension des modalités de cet accord.

Durant les réunions avec les représentants canadiens et le secrétaire du GATT, nous avons eu la possibilité de discuter des positions respectives des différentes nations et de leur impact éventuel, en particulier en ce qui concerne l'article XI. À mon avis, l'érosion de notre système dans le pacte commercial Canada/E.-U. n'est rien en comparaison des résultats que pourraient avoir les pourparlers multilatéraux du GATT.

L'Office doit profiter de toutes les occasions pour s'assurer que nos représentants apprécient pleinement la signification de la gestion des approvisionnements pour notre industrie et leur rappeler les répercussions que pourraient avoir les changements. À cet égard, l'Office travaille étroitement avec les autres organismes avicoles et avec l'industrie laitière afin d'assurer que les intérêts des groupes de commercialisation de denrées réglementées soient protégés.

Délibérations sur le CDP

À la fin de 1987, on présenta aux Directeurs de l'Office un exposé analytique sur le concept d'une ferme modèle. Ce modèle est censé être le meilleur moyen de mesure des coûts dans notre industrie et devrait éliminer la question de l'intégration de la valeur marchande des contingents au coût de production (CDP). Nous espérons que les Directeurs approuveront la proposition au début de 1988. Quelle que soit la méthode finalement choisie, les Directeurs ont pris conscience de la nécessité d'une étude du CDP et ont augmenté la redévance afin d'assurer la disponibilité de fonds pour entreprendre cette tâche fin 1988 ou début 1989.

Tendances positives du marché

Malgré les problèmes urgents auxquels notre industrie dut faire face, 1987 fut certainement une année fructueuse pour les producteurs. La production a considérablement augmenté et les producteurs, ont généralement fait preuve d'empressement pour ajuster leurs méthodes afin de répondre aux besoins du marché.

Avec une demande anticipée encore accrue pour 1988, la coopération constante des producteurs s'impose. Nous ne devons jamais oublier que si nous ne produisons pas ce que le marché demande (et quand il le demande), les importations supplémentaires s'en chargeront!

L'énigme du contingentement

En mars dernier, les Directeurs de l'Office ont fixé le contingent préliminaire de 1988 à 245 millions de livres. Ce chiffre était censé répondre de façon dynamique à la vigoureuse croissance de la demande. L'établissement précède du contingent de l'année suivante avait en partie pour but de donner à l'industrie davantage de temps pour coordonner la production et la planification, et d'accélérer le processus d'attribution. Or, cela échoua!

Après une réunion d'attribution du contingent fin avril, un appel fut interjeté auprès du Conseil national de commercialisation des produits agricoles (CNCPA). À la suite de cet appel, un comité fut constitué pour établir une nouvelle politique de surcontingentement. Après d'innombrables heures de travail, on présenta aux Directeurs une proposition qui fournissait la base d'attribution du contingent préliminaire de 1988 révisé à 252 millions de livres. Ces attributions furent également contestées et une décision fut communiquée par le CNCPA le 4 décembre. À la suite de quoi, les Directeurs de l'Office se réunirent et établirent les contingents finaux le 8 décembre.

L'attribution du contingent en sus de la base pose un problème endémique, le plus litigieux des problèmes internes que l'Office doit résoudre!

L'industrie face aux forces extérieures

En 1987, de nombreuses réunions avec le gouvernement, la Fédération canadienne de l'agriculture, d'autres organismes de commercialisation de denrées réglementées et des représentants des industries connexes, eurent pour objet l'étude d'un certain nombre de questions d'ordre extérieur, susceptibles d'avoir une répercussion profonde sur notre industrie. Les politiques d'importations, globales et supplémentaires, et les pourparlers d'échanges bilatéraux avec les États-Unis étaient au premier rang de ces préoccupations.

Les discussions relatives aux échanges Canada/E.-U. furent probablement les plus significatives, du fait de l'influence que cet accord bilatéral aura probablement sur notre industrie. Bien que l'impact éventuel soit difficile à évaluer, je pense que la suppression finale des tarifs douaniers ralentira l'investissement futur dans notre industrie. Si l'on ajoute à cela la hausse actuelle du niveau d'importations globales, je vois difficilement comment ce pacte commercial peut être considéré favorable pour les producteurs de dindon canadiens. Cependant, si l'on

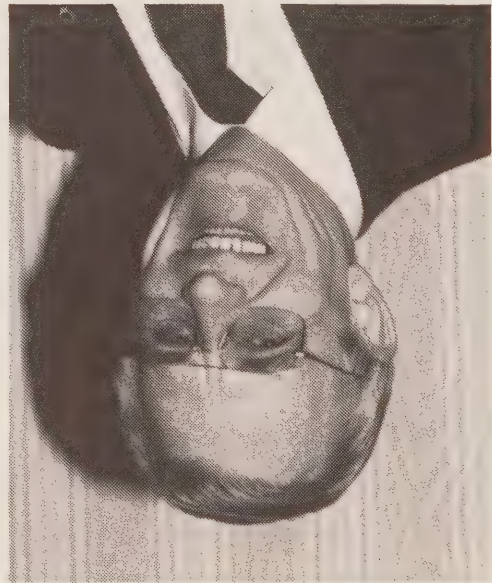
PERSONNEL DE L'OCCD 1987

M. Kenneth Crawford
Mme Margaret Krowchuk
M. Philip Boyd
Mme Patsy Gagné-Waithe
M. Stan Skruch
Mme Gail Miller
Mme Elise Mereweather
Mme Lise Turner
Directeur général
Assistante administrative
Directeur de la recherche économique
Analyste de recherche économique
Analyste de marché
Secrétaire de direction
Assistante à la recherche du marché
Secrétaire administrative

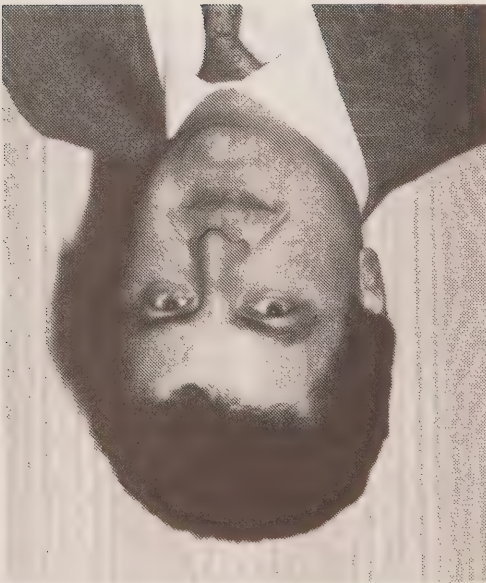
CONSEIL D'ADMINISTRATION 1987

Président
Vice-président
Membre exécutif
Directeur
Directeur
Directeur
Directeur
Directeur
M. Les Doell
M. Jack Rynsburger
M. Ellis Penner
M. Laurent Mercier
M. Malcolm Sprague
M. Arthur Roder
M. Lorne Bustin
M. Stan Downe
Ontario
Colombie-Britannique
Nouvelle-Écosse
Alberta
Saskatchewan
Manitoba
Québec
Nouveau-Brunswick

Ken Crawford,
Directeur général



Art Roder,
Président



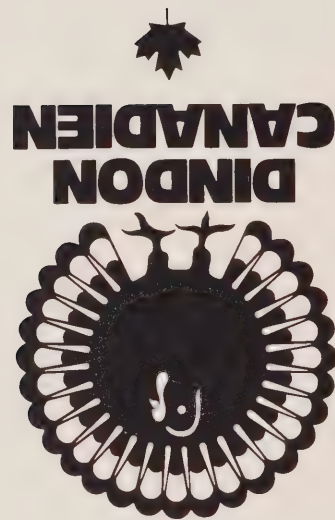
Page	TABLE DES MATIÈRES
3	Conseil d'administration
4-5	Rapport du Président
6-7	Rapport du Directeur général
8-13	Rapport financier
14-15	Rapport sur l'étude du marché
16-17	Rapport sur les politiques
18-19	Rapports des comités
19-20	Rapport sur la promotion et la commercialisation

QUATORZIÈME RAPPORT ANNUEL
de
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

pour présentation
à l'Honorable John Wise
Ministre de l'Agriculture
au Conseil national de commercialisation
des produits agricoles
et à
la Quatorzième assemblée annuelle des producteurs
de dindons
Mercredi, 16 mars 1988
Ottawa, Ontario



RAPPORT ANNUEL
1987



L'OFFICE CANADIEN DE
COMMERCIALISATION DU DINDON

CA1
DB60
- A56

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY



**CANADIAN
TURKEY**



ANNUAL REPORT
1988



**FIFTEENTH ANNUAL REPORT
of the
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY**

for Presentation to:

**The Minister of Agriculture
The Honourable Don Mazankowski**

**The National Farm Products
Marketing Council**

and the

Fifteenth Annual Turkey Producers' Meeting

**Wednesday, March 22, 1989
Ottawa, Ontario**

TABLE OF CONTENTS

Page

Officers and Directors	3
Chairman's Report	4-5
General Manager's Report	6-7
Financial Report	8-14
Policy Report	15-16
Committees	17
Market Review	18
Turkey Production and Disappearance	19
Promotion and Public Relations	20



Art Roder,
Chairman



Ken Crawford,
General Manager

1988 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman
Vice-Chairman
Executive Member

Mr. Arthur Roder
Mr. Lorne Bustin
Mr. Dale Enarson

Ontario
British Columbia
Alberta

Director
Director
Director
Director
Director

Mr. Ed Rosenberg
Mr. Ellis Penner
Mr. Laurent Mercier
Mr. Malcolm Sprague
Mr. Adrian de Graaf

Saskatchewan
Manitoba
Quebec
New Brunswick
Nova Scotia

1988 CTMA STAFF

Mr. Kenneth Crawford
Mrs. Margaret Krowchuk
Mr. Philip Boyd
Mrs. Patsy Gagné-Waithe
Mr. Bob Allen
Mrs. Elise Mereweather
Mrs. Lise Turner
Position Vacant

General Manager
Administrative Assistant
Director of Economic Research
Economic and Research Analyst
Market Analyst
Market Research Assistant
Administrative Secretary
Executive Secretary



CHAIRMAN'S REPORT

This is the third time I have been given the responsibility to report on behalf of the Board the activities of the past year. Preparing reports hasn't been difficult in other years. All I had to do was look at the outstanding issues of the previous year and give an update as to why they were still outstanding. In the past year, however, there has been resolution to some of those issues which makes this report somewhat different in its content.

The concerns of the Multiplier Breeder industry were finally addressed in 1988. The particular problems faced by this segment of our industry have been with us since the late 70's. After many long hours of debate and industry consultation, the Multiplier Breeder Growth Policy was adopted. This policy is viewed by the industry as a responsible solution to a very difficult situation. Currently, amendments to the Proclamation to ensure the longer term objectives of the Multiplier Breeder industry are being discussed with the N.F.P.M.C.

The second major area of resolution was in overbase allocations which has also been with us for some time. Again, through many long hours of discussion and compromise, the Directors ratified, regrettably not unanimously, the Overbase Allocation Policy. This policy addresses provincial and regional market requirements, but perhaps more importantly, provides a mechanism that will allow our industry to react more quickly to market changes and developments as they occur.

The third major policy addressed was the Export Policy. The previous policy was identified as having potential impact on domestic supplies because of the compounding effect that export credits were creating. After consultations with industry, revisions were put in place and while still allowing for exports, the credits that could be earned were reduced.

The achievements in these three major policy areas have not been easy and by no means are they final. Any policy that is developed has to be monitored, and modified if necessary, to ensure it meets the requirements of the industry. Let's not forget that what might have worked yesterday or today, may not necessarily produce the same results tomorrow.

1988 was again dominated by trade talks. The Agency was involved in many meetings regarding the F.T.A. and potential implications. There are many unknowns about the effect the agreement will have on our industry. We will have to monitor very closely any changes that come about, continue to make Government

aware of our concerns and find ways to respond to any unfavourable market imbalances that might occur.

We have also been heavily involved with the current G.A.T.T. round. Through the Supply Management Committee of C.F.A., we have been able to keep up to date with the current negotiation agenda. This Committee has been pro-active in submitting position papers to our Government in areas such as the panel rulings on the Japanese case affecting Article XI, proposed rewording of Article XI and technical follow-up addressing such issues as Producer Subsidy Equivalents, Trade Distortion Equivalents, and the endless number of papers that have been presented by various governments and organizations. We again had the opportunity to visit Geneva in the fall for high level consultations with the G.A.T.T. Secretariat, as well as the negotiating team from the Canadian Mission. It is my belief that our negotiators have a good understanding of supply management but we must keep in mind that they receive their direction from Ottawa. To this end, it is imperative that efforts here at home are continued to impress upon the politicians that the supply management option for Canadian producers be maintained and strengthened. The failure of any significant progress at the Montreal mid-term review in December will mean that negotiating positions will be reviewed in early 1989. We must ensure that Article XI is not used as a bargaining chip simply to achieve a successful outcome to the current round of negotiations.

In early 1988, steps were finalized to undertake the Model Farm - C.O.P. Study. The consulting firm of Touche Ross was retained to carry out the work on our behalf. By year end the Model portion was complete and plans well underway to do the field surveys in early 1989. Given the fact that it was a new concept and the potential for unforeseen problems were unknown, the project has progressed remarkably well. This can be attributed to the level of preparation that was done ahead of time and the excellent co-operation received from everyone involved. It is my hope that when completed, and approved by the N.F.P.M.C., the pricing problems experienced in our industry in the past will be reduced and producers will receive their fair returns. To all those who have had any involvement in the process to date, your co-operation is gratefully acknowledged.

As we reflect on our achievements of 1988, I believe the Directors can take pride in having addressed some very difficult problems. However, given the current unknowns in the area of liberalized trade, our difficulties



may be only just beginning. This industry could undergo more change in the next three to five years than in the past 15 years. We must be prepared to address the challenges that will evolve and turn them into opportunities.

In closing, a note of thanks to the Executive Members, Directors, Alternates and Managers for your dedication in the past year. A special note of thanks to Ken Crawford and the entire staff. You are always there to "go the extra mile" for what you believe is good for turkey producers in particular and the industry in general.

Respectfully submitted,

Art Roder,
Chairman



GENERAL MANAGER'S REPORT

The fifteenth year of the Canadian Turkey Marketing Agency began with an environment wherein we faced considerable turbulence. Our opening stocks were higher than warranted, production by period, started in 1987 was under refinement, outstanding policy matters were demanding attention and producer and processor margins were under severe pressure. On the external side, Free Trade implications were demanding daily attention, G.A.T.T. negotiations were gearing up, animal welfare issues were on the increase and industry was rationalizing their position within this environment.

Needless to say, the Agency members and staff were being taxed almost to their limit. As will be noted later in this report, rough beginnings, addressed by responsible administrators, achieve reasonable results.

Looking back, the Canadian Turkey Marketing Agency was established by the Federal government to administer the industry's national supply management system. Primary responsibilities were the allocation of production quotas among provinces, and ensuring that the interests of producers, processors and consumers were well served by the marketing system. This was the perception of the 70's.

As we moved into the 80's, it became increasingly evident that many other issues, while external to the nuts and bolts administration of the marketing plan, could profoundly affect the integrity of the supply management system. Current international pressure for trade liberalization is the most obvious example of the impact that external forces can have on this industry, but it is only one among many issues that the Agency must address on an ongoing basis.

It was during the early part of this decade that Agency members and administrators determined that it would be impossible to ensure the long term viability of Canada's turkey industry if external factors were ignored. Dealing with these external issues has increased members' responsibilities and has greatly expanded the activities of the Agency's administrative staff. I am firmly convinced that the extra effort required has certainly paid dividends to your industry, and will become increasingly more important in future.

A brief outline of the administrative issues, both internal and external are addressed following.

Production and Marketing

As noted earlier, 1988 began with high inventories and concerns that with supply forecasts, stocks would be even more burdensome at year-end. Addressing this

situation resulted in lower inventories, a 2.7% increase in slaughter and a 5% increase in disappearance. Supplemental imports were held to 27,000 kg, a 99% reduction from 1987. With the same production quotas for 1989 we should see a well supplied market, further reductions in inventory with reasonable margins for producers and processors.

Policy

As mentioned earlier and highlighted in our Chairman's report, our major outstanding policy issues were resolved and implemented. They included overbase allocation, multiplier breeder growth, export replacement and refined periodic and classified production directives. Constant monitoring is a prerequisite to effective policy administration.

Bilateral Trade

Through close affiliation with our sister agencies and the Canadian Federation of Agriculture, we were able to address critical issues as they arose. This enabled us to quickly determine impact on our industry, advise negotiators and appropriate government ministries of our concerns and keep our producers informed on a timely basis. As a result, even though economic loss to our industry occurred, we are confident our voice was heard and progress was achieved.

Multilateral Trade (G.A.T.T. Negotiations)

In order to assure a more complete awareness, more timely responses and better communication, the national agencies established two committees under the auspices of the Canadian Federation of Agriculture. These committees provide a singular approach to issues arising and similarly to responses and position papers on industry concerns. The first committee comprised of Chairmen and General Managers of each Agency along with the President of C.F.A. kept fully abreast of the negotiations, analyzed impact, co-ordinated activity and determined positions to be taken. The second committee which includes technical staff from each Agency and C.F.A. is responsible for technical analysis, development of response papers, etc. This will avoid a more fragmented approach during the F.T.A. negotiations. To date this system has worked effectively.

C.O.P. Development (Model Farm)

Following a number of years wherein attempts were made to develop a sound cost of production through traditional methods that did not accommodate our production mix, the Agency developed a new concept that would



effectively meet the mandate of our industry and comply with the requirements of the National Farm Products Marketing Council and the general public. The initial development began in late 1986 with a final proposal being accepted by our members and the N.F.P.M.C. in late 1987. The implementation process began in early 1988 through the establishment of a select panel being comprised of one progressive producer from each member province. Their mandate was to develop an efficient model farm sized to a single family operation, maximizing labour and capital investment. The eight panel members are to be commended in that they were able to develop a model that withstood the challenge of severe testing and resulted in a third party being able to effectively cost the model. This new concept encompasses a three stage approach. The first being the development and costing of the model to determine the fixed cost; the second stage being the audit of a provincial producer sample to determine variable costs ie. feed, poult, labour and energy and the third stage being the consolidation of the fixed and variable costs into reliable cost statements for each category of turkey. It is anticipated that the new C.O.P. will be implemented by mid-1989.

Other Developments

Other issues of administrative involvement encompass animal welfare, joint research projects with Agriculture Canada and independent institutions as well as the continued enhancement of our communication programmes.

Under the latter we began publication of a quarterly industry newsletter (Plume) at the beginning of 1988. It has been well received and provides a forum of communication on timely issues for our producers, industry and government.

The Challenge

In concluding this report I want to make a few comments on our current and future market environment. It has been frequently observed that the only constant of our times is change.

Granted most certainly changes come faster today, but new ideas and advanced methods have always challenged mankind. We fear what we don't understand. Most often this is why we resist change. Once knowledge is obtained our misgivings are overcome.

Our supply management marketing system gives efficient producers a degree of protection against the severe changes that frequently occur in unregulated markets. However, we cannot expect to be completely unaffected by developments in society at large.

We must recognize that increased liberalization of trade is upon us. Producers and Agency staff must take the necessary steps to protect the integrity of supply management in this new environment, and we must also look for the opportunities it presents.

Understanding through communication is the key to allaying the fears that we all feel when facing the unknown. To the greatest extent possible, all players in the turkey industry must look for evolving opportunity. We are destined to lose as an industry if we simply lament change without investigating potential benefits. We have a proven proactive approach to issues. Let's capitalize on the current environment and assure a sound future for our industry.

Respectfully submitted,

Ken Crawford,
General Manager



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY FINANCIAL STATEMENTS FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1988

Auditor's Report

To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1988 and the statements of equity, operations and changes in financial position for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the agency as at December 31, 1988 and the results of its operations and changes in its financial position for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Guelph, Ontario
February 4, 1989

Robinson Lott & Brohman

Robinson, Lott & Brohman
Chartered Accountants



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1988

	1988	1987
EQUITY, beginning of year	\$ 364,176	\$ 367,988
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE (EXPENDITURE OVER REVENUE) for the year	<u>152,397</u>	<u>(3,812)</u>
EQUITY, end of year	<u>\$ 516,573</u>	<u>\$ 364,176</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
AS AT DECEMBER 31, 1988

Assets

	1988	1987
CURRENT		
Cash	\$ 186,289	\$ 100
Accounts receivable (note 2)	207,279	306,989
Prepaid expenses (note 3)	55,980	20,804
	449,548	327,893
FIXED (note 4)	109,174	98,018
	<u>\$ 558,722</u>	<u>\$ 425,911</u>

Liabilities

CURRENT		
Bank overdraft	\$ 0	\$ 18,852
Accounts payable and accrued liabilities	42,149	42,883
.....	42,149	61,735
EQUITY	516,573	364,176
	<u>\$ 558,722</u>	<u>\$ 425,911</u>

Approved on behalf of the Board

Art Roder, Director

Lorne Bustin, Director

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1988

	1988	1987
REVENUE		
Producer levies	\$ 1,861,857	\$ 1,653,778
Interest and licences	4,988	4,104
	<u>1,866,845</u>	<u>1,657,882</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Other administrative (schedule 1)	316,886	217,519
Remuneration to officers and staff (schedule 1)	332,807	315,276
Directors and staff travel (schedule 1)	276,801	285,744
	<u>926,494</u>	<u>818,539</u>
PROMOTION		
GENERAL		
Hotel, restaurant and institution promotion	200,211	111,240
Sales promotion (schedule 1)	372,976	578,482
Promotion overhead (schedule 1)	55,493	51,049
	<u>628,680</u>	<u>740,771</u>
PUBLIC RELATIONS	<u>43,398</u>	<u>0</u>
MARKETING AND DEVELOPMENT		
Market research	57,915	52,650
Promotion committees	5,325	6,162
Advertising in Farm Papers Ltd.	18,218	16,904
Canadian Federation of Agriculture	19,921	18,900
Export and domestic market development	19,000	21,080
	<u>120,379</u>	<u>115,696</u>
	<u>792,457</u>	<u>856,467</u>
OTHER		
Gain on disposal of fixed assets	0	(4,616)
	<u>1,718,951</u>	<u>1,670,390</u>
REVENUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>147,894</u>	<u>(12,508)</u>
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (note 6)	<u>4,503</u>	<u>8,696</u>
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE (EXPENDITURE OVER REVENUE) for the year	<u>\$ 152,397</u>	<u>\$ (3,812)</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1988

	1988	1987
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 21,750	\$ 21,194
Contract projects	139,909	35,318
Audit	6,265	4,935
Telephone and Telex	14,171	14,030
Office supplies and expense	19,843	24,118
Postage and courier	4,085	4,483
Turkey Industry Advisory Committee	13,795	11,389
Insurance	525	427
Translations	15,714	18,739
Sundry administration	6,384	8,456
Depreciation	30,194	28,844
Office contract services	0	399
Rent, taxes and utilities	39,240	32,819
Interest expense	5,011	12,368
	<u>\$ 316,886</u>	<u>\$ 217,519</u>
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$ 250,323	\$ 226,844
Directors' fees	47,988	55,675
Employee benefits	34,496	32,757
	<u>\$ 332,807</u>	<u>\$ 315,276</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$ 199,189	\$ 221,762
Staff travel	62,963	46,616
Meeting rooms	13,695	16,363
Travel insurance	954	1,003
	<u>\$ 276,801</u>	<u>\$ 285,744</u>
SALES PROMOTION		
Trade shows	\$ 22,154	\$ 16,956
New projects	0	32,122
Recipe book	0	2,143
Sundry promotion	4,493	3,981
Teacher's guide	0	7,777
Retail and consumer	346,329	515,503
	<u>\$ 372,976</u>	<u>\$ 578,482</u>
PROMOTION OVERHEAD		
Staff travel	\$ 1,062	\$ 1,162
Postage	1,788	1,497
Office	7,247	7,804
Rent	12,738	10,562
Telephone	4,844	4,819
Salaries	27,814	25,205
	<u>\$ 55,493</u>	<u>\$ 51,049</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1988

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment, 30% per annum for the computer equipment and automobile and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. ACCOUNTS RECEIVABLE

The accounts receivable consist of:	1988	1987
Producer levies	\$ 184,821	\$ 306,632
Accrued interest	1,569	357
Other accounts receivable	20,889	0
	<u>\$ 207,279</u>	<u>\$ 306,989</u>

3. PREPAID EXPENSES

The prepaid expenses consist of:	1988	1987
Promotion	\$ 53,306	\$ 19,087
Insurance	2,326	1,717
Travel advance	348	0
	<u>\$ 55,980</u>	<u>\$ 20,804</u>

The prepaid promotion relates to the 1989 campaign.

4. FIXED ASSETS

	Asset Cost	Accumulated Depreciation	1988 Net Book Value	1987 Net Book Value
Automobile	\$ 27,593	\$ 9,244	\$ 18,349	\$ 26,213
Computer equipment	67,045	44,992	22,053	31,504
Furniture and equipment	78,047	43,670	34,377	39,143
Leasehold improvements	47,496	13,101	34,395	1,158
	<u>\$ 220,181</u>	<u>\$ 111,007</u>	<u>\$ 109,174</u>	<u>\$ 98,018</u>



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1988

5. LEASE COMMITMENT

The agency is committed under several leases for office premises and equipment to pay the following:

1989	\$ 88,568
1990	76,046
1991	73,571
1992	67,545
1993	39,692
	<u>\$ 345,422</u>

6. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the agency as a result of the overproduction of turkey meat by some of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 1987 calendar year. The agency records these overproduction contributions when the funds are received and not on an accrual basis. These funds are considered to be a contingent asset until finalized because of force majeure provision claims, adjustments to the Canada Department of Agriculture statistics or any other adjustments the agency feels are justified. The 1988 overproduction contributions, if any, will be recorded in the 1989 statement of operations.

7. COST OF PRODUCTION STUDY

In 1988 the agency entered into an agreement with a firm of management consultants to perform a Cost of Production Study. This study is to take place over two years and has been budgeted for accordingly. The agency has agreed to pay fees and expenses not exceeding \$211,000. In 1988 \$79,631 of costs relating to this study have been expensed.



POLICY REPORT

Agency policy flows from the mandate set out in the Federal-Provincial Agreement and governs the procedures followed in the ongoing operation of the Marketing Plan. It is through policy, therefore, that the legislative mandate interfaces with the industry realities faced daily by producers and other participants. Policy development and implementation requires serious and objective research, discussion and debate. The appropriateness of a policy is judged not only against the legislation, but also against its performance and effect on the industry. With full respect to the legislation it is the latter which is of primary importance to those in the production and marketing sectors.

The policy activity of 1988, set out following, has been subjected to the previously described process. The judgement will continue through monitoring and reassessment with modification undertaken as required.

Provincial Quota Allocation Policy

At the outset of 1988, the development of a revised Provincial Quota Allocation Policy continued following two appeals and legal research over the course of 1987. In June 1988, a revised allocation policy was adopted by the Agency members. Significantly different from that previously in place, this policy is more realistic for the changing face of the Canadian turkey industry.

Procedurally the amended policy, like the former:

- maintains provincial base shares as the starting point for provincial allocations;
- respects the need for stability of supply, over time, to provincial industry segments;
- incorporates changing market demands;
- encompasses the economic forces at work in the production sector.

In addition, there is an improved mechanism for flexibility addressing unique situations which cannot be adequately measured in any formula.

Multiplier Breeder Growth Policy

It was reported last year, that the Agency had adopted a revised Multiplier Breeder Growth Policy for implementation in 1988. This policy required that each

Provincial Board apply, on behalf of its multiplier breeder operators, for a conditional allotment of quota for the marketings of spent multiplier breeders relative to a defined 1987 reference level.

In June of 1988, modification was made to the policy in that the 1987 reference level was amended to a percentage of 1987 total marketings in each province, rather than a fixed weight. This change results in a reference level weight which will change year by year in the same proportion as the total provincial allotment. This ensures:

- that breeder operators are treated in a manner consistent with all other growers as far as provincial allotment of quota is concerned;
- that each province shares the responsibility of allowing this industry to grow to the extent they have historically.

The upper limit on allocations, part of the original 1988 policy, was also removed. All other application, reporting and monitoring procedures have been maintained.

The Multiplier Breeder Growth Policy, coupled with the Primary Breeder Policy (1985), will allow the Canadian turkey breeding industry to fully meet domestic requirements for commercial stock, and to maintain its leading role in international markets.

Export Policy

The Export Policy implemented for 1988, through the course of review procedures and industry consultation, was amended in September 1988. Without changing the principle or intent of the policy, export credit issuance will be reduced over a two year phase-in period commencing in 1989. While the credit issuance will be reduced, the relative balance of credit for bone-in and boneless products has been improved to better reflect natural yield and value. The two year phase-in period allows sufficient adjustment time for exporters. The build-up of residual products in the domestic market resulting from export activity has also been firmly addressed.

Cost of Production

The Board of Directors approved proceeding with the 1988 C.O.P. Study predicated on a Model Farm. The Model Farm serves as the basis for determination of capital costs, related fixed costs, and some variable



costs. It will be augmented by a Field Survey of producers, providing production coefficients (feed conversion ratios, mortality rates, etc.) and other variable cost data. The development of this unique approach was judged to be a superior alternative to the traditional field survey method given the characteristics of the turkey production sector in Canada: small producer populations both provincially and in aggregate; a wide variety of production and flock management practices; three distinctly different categories of turkey produced. In past C.O.P. studies these factors have proven to be limiting in terms of obtaining meaningful and statistically sound cost data in terms of the capital and fixed costs of production but not in assessing the variable cost components.

Model Farm: The Agency, through Provincial Boards, appointed a panel of knowledgeable producers to determine the parameters and to construct, on paper and in detail, the model farm. The mandate of the Panel was to define an efficient, technologically current turkey farm utilizing the labour of one full-time operator plus casual labour as required, for each of broilers, hens and toms. The Panel completed its work in May, 1988.

The independent third party retained by the Agency to undertake the 1988 C.O.P. study then had the responsibility to cost-out all aspects of the Model, and develop cost backdating techniques to reflect the cost per live kilogram given the average age of facilities currently in use. Throughout their work, the consultant challenged all aspects of the model for soundness, logic and representativeness. The final draft of the report on the Model Farm was reviewed by the CTMA C.O.P. Committee in December, 1988.

Field Survey: While completing the Model Farm costing, the consultant finished the preparatory work for the field survey including: statistically sound producer samples for broilers, hens and toms; questionnaire design; data compilation and verification programmes. In addition, the sample selection and interview schedules were finalized by December, 1988, in conjunction with Provincial Board managers. The field survey is scheduled for completion in January, 1989.

Implementation: The final reports on the Model Farm, Field Survey and Updating Procedures are slated for presentation to CTMA directors in April 1989, with implementation, subject to N.F.P.M.C. approval, in May or June, 1989.

Code of Practice

Throughout 1988, the CTMA has participated in a committee organized through the Canadian Federation of Humane Societies to develop a Recommended Code of Practice for the Care and Handling of Poultry from Hatchery to Processing Plant. The original Code covered only broiler chickens. The revised Code has been expanded to include egg layers, turkeys and poultry breeding stock. The Code is expected to be finalized in early 1989 for subsequent publication by Agriculture Canada.

The primary goal of the Recommended Code of Practice is to ensure that poultry is raised, cared-for, and handled in a humane manner.

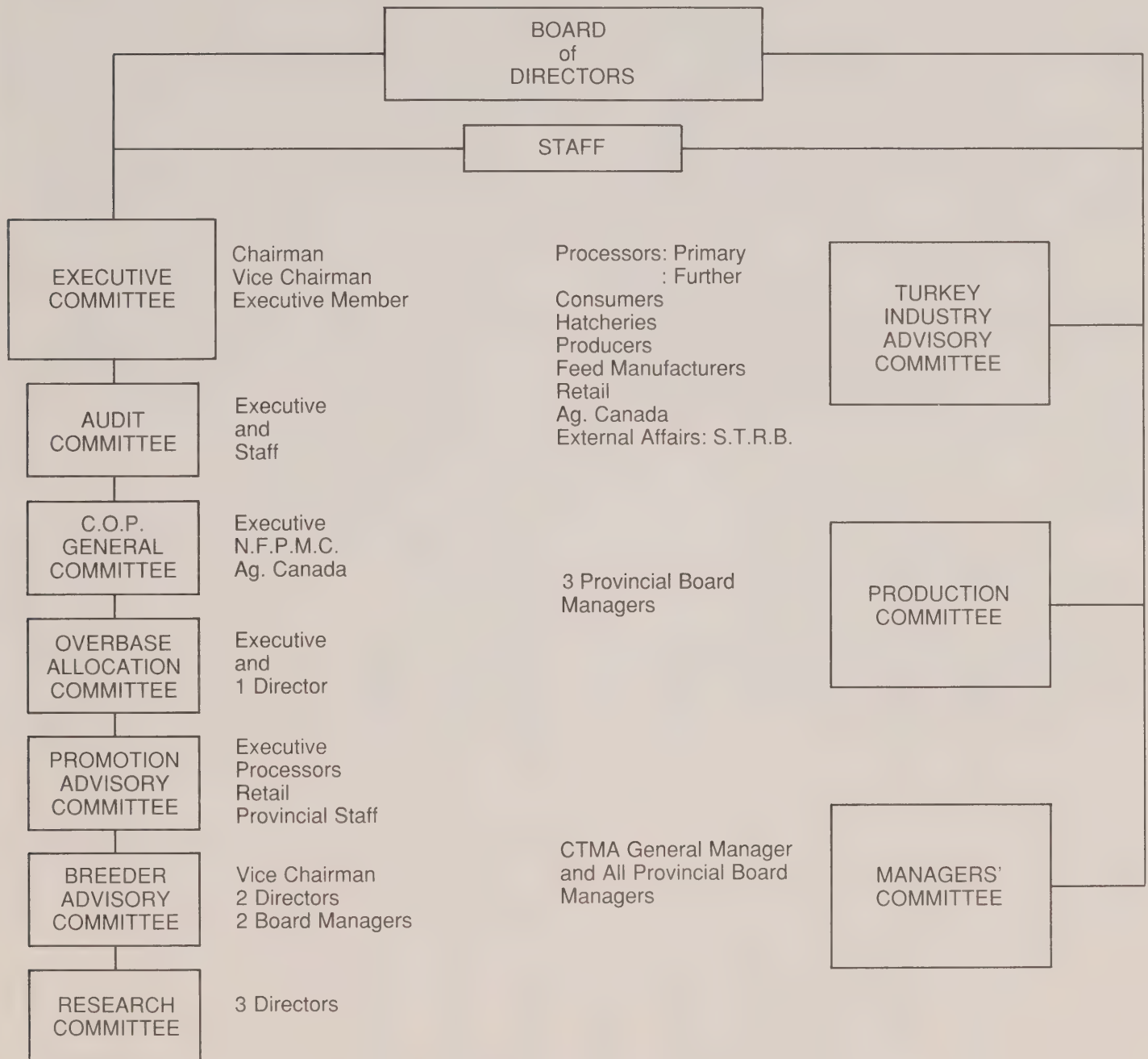
Looking Ahead

1989 will bring unique challenges to CTMA as evidenced throughout this annual report. Steps will be undertaken in 1989 to adjust the production year enhancing the Agency's ability to assure a balanced supply for industry demands. With classification and period production now in place and recognizing the shifts that have occurred in the demand for product mix, the current production year end of December 31 places restrictions on fulfilling market requirements. The change will undergo exhaustive analysis before implementation.

The performance of all Agency policies must continue to be assessed against the mandate of the Agency and the goal of meeting the requirements of a changing marketplace as outlined at the beginning of the policy report.



CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY COMMITTEES



The CTMA Executive Committee are the three members of the Board of Directors elected annually by the eight provincial delegates to oversee the operations of the Agency between full meetings of the CTMA Directors.

The Executive Committee as a whole or on an individual basis may participate in the committees reporting through the Executive to the Board of Directors.

CTMA staff is ex officio to all Agency committees.

Reporting directly to the Board at quota setting meetings are the Turkey Industry Advisory Committee and the Production Committee. Both bodies recommend quota supply requirement levels.

The Managers' Committee meets at the request of the Directors to address technical issues surrounding policy proposals and to advise on the impacts of such policies on provincial industries.



MARKET REVIEW 1988

Supply

Turkey production in 1988 was up 3.6 million kg from 1987 and 14.8 million kg higher than in 1986. Production of young toms increased 1.7 million kg from 1987. Broiler and hen production increased 1.4 million kg and mature production increased 0.4 million kg.

Grade 'A' wholesale prices (carload lots) declined from February to September, at which time prices recovered slightly as supplies came more in line with demand. In general, wholesale prices were quite stable throughout 1988.

Live prices declined slightly in the first part of the year as supplies were relatively high. Prices then rose marginally through the rest of 1988 in response to increasing feed costs. On average, feed costs increased 15.2 cents per kg, 18.5 cents per kg, and 19.7 cents per kg for broilers, hens and toms respectively. Live prices, however, strengthened only by 11.8 cents per kg for broilers, 10.9 cents per kg for hens and 7.9 cents per kg for toms.

Demand

A preliminary estimate of disappearance shows that 114.9 million kg of turkey was consumed this year, 4.8% more than 1987 and 8.8% over 1986.

Retail features and a wider consumer acceptance of the increasing variety and availability of turkey products have contributed to the growth, which seems most notable in the foodservice sector.

The tom turkey category destined primarily for the further processing industry continues to show significant expansion with disappearance in 1988 up over 1987 by 4.7 million kg and greater by 9.4 million kg than 1986.

The year-round demand for turkey continues to grow with disappearance during the January to August period this year, exceeding that of 1987 by 4.5 million kg.

Based on analysis, growth during the nontraditional consumption period of the first three quarters of the year will continue, thus ensuring year-round industry stability.

Imports

Total imports in 1988 were 1.5 million kg, lower by 2.0 million kg from 1987. Of this total only 27,000 kg were supplementary imports, as compared to 3.1 million kg of supplementary imports in 1987. The F.T.A. will, as a minimum, increase global imports by 1.7 million kg in 1989 based on the preliminary domestic quota.

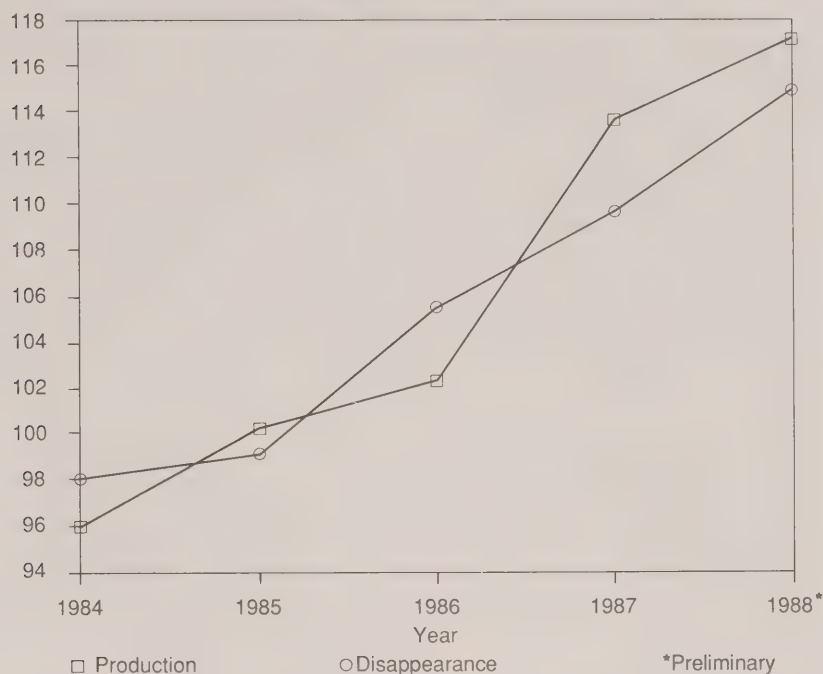
Classification

CTMA's classification of production by period continues to provide a better assurance that the correct category of turkey will be supplied when required by the marketplace.

The 1989 preliminary global production quota of 114.4 million kg (equal to 1988) will again be classified according to weight category and period. This co-ordinating function will allow expanding market segments continued and improved access to raw material inputs.



TURKEY PRODUCTION AND DISAPPEARANCE **1984 to 1988** **Millions of Kilograms**



Canadian Historical Turkey Production **(Thousands of eviscerated kilograms)**

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
British Columbia	7,895	9,113	8,351	9,949	10,444	7,260	8,610	8,914	8,782	9,209
Alberta	7,755	7,730	7,767	8,509	7,686	6,947	7,348	7,552	6,563	8,121
Saskatchewan	3,524	3,057	3,331	3,729	3,867	2,964	3,225	3,328	3,627	3,671
Manitoba	7,840	7,953	7,496	7,781	8,573	5,667	7,537	8,023	7,252	8,233
Ontario	41,163	38,798	36,659	39,016	41,808	37,149	40,151	40,929	39,270	45,302
Quebec	22,810	26,289	23,724	27,162	28,068	19,982	20,398	22,048	20,312	23,966
New Brunswick	468	252	196	329	670	594	972	1,088	1,026	1,072
Nova Scotia	816	741	927	1,206	1,408	1,258	1,440	1,765	1,343	1,874
Canada	92,271	93,933	88,451	97,681	102,524	81,821	89,681	93,647	88,175	101,448

(Thousands of eviscerated kilograms)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988**	1989
British Columbia	9,422	8,429	9,344	8,389	8,713	9,556	10,113	10,868	12,120	
Alberta	8,660	7,723	7,623	7,734	8,457	8,417	8,442	9,687	9,724	
Saskatchewan	3,705	3,338	3,785	3,709	3,780	3,838	3,994	4,336	4,326	
Manitoba	7,795	7,267	7,751	7,337	7,331	7,847	8,044	8,551	8,796	
Ontario	42,053	41,231	41,560	43,266	41,750	43,167	44,756	49,608	50,549	
Quebec	23,863	22,003	22,765	22,335	22,276	24,305	24,253	26,033	26,682	
New Brunswick	1,045	1,091	1,169	1,020	1,178	1,276	1,307	1,621	1,907	
Nova Scotia	1,933	1,725	1,667	1,872	1,588	1,767	2,109	2,876	3,074	
Canada	98,476	92,807	95,664	95,662	95,073	100,173	103,018	113,580	117,178	

An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

**Preliminary



PROMOTION AND PUBLIC RELATIONS

Promotion

CTMA's commitment to ensure market stability for the industry includes the responsibility to encourage increased demand for turkey products through advertising.

The accomplishment of this obligation from a generic standpoint requires a strong communication programme which not only addresses public awareness but supports and encourages industry initiatives. This premise is fundamental to the Agency promotion strategy and is achieved through the planning and expertise provided by the CTMA Promotion Advisory Committee whose members include all of the industry participants.

1988 was the final year for the direct promotion of March as National Turkey Month. This year's program contained similar elements to previous years with coupon redemption being replaced by sweepstakes prizes and funds were provided for provincial support activity. The prize of a car was won by a resident of Saskatchewan. Winners of the two trips hailed from Manitoba. Most provinces took advantage of the available funds to supply retailers with point of sale materials or provide publicity for the promotion.

Initiated in 1985, the Turkey in March program was to encourage sales of frozen year-end inventories and improve turkey's position against competing meats at Easter. The intervening years have seen the emergence of new product lines, increased availability of fresh product and wide variations in retail chain presentations of turkey across Canada, thus making it difficult to develop a national uniform sales promotion at an affordable cost. Further, the growth on a year-round basis at the foodservice level indicated the need for increased support of Hotels, Restaurants and Institutions, the latter in particular.

The foodservice newsletter "Today's Special Turkey" was produced four times during the year as an integral part of the 1988 H.R.I. programme which also included

participation in eight foodservice trade shows across Canada, a study on the requirements of institutions and a test market for tent cards and recipe cards for the foodservice operators.

The importance of the dietician in the institutional decision making process was verified by the institutional study, thus much of the product information in future will be directed to that group of professionals who work in hospitals, nursing homes and schools. Additional emphasis for this group will be gained through CTMA's participation as a sponsor for National Nutrition Month in March of 1989 which is planned and directed by the Canadian Dietetic Association. This activity will provide continuity for the Turkey in March theme as well as enhancing the image of turkey from a nutritional standpoint.

Resource projects developed in 1988 included a barbecue brochure, reprinting of the nutrition and retail posters for provincial board use and the preparation of a nutrient analysis for turkey products. The nutritional data is a significant aid to recipe development for health conscious consumers.

Public Relations

"PLUME", the producer newsletter which debuted in January, is published quarterly and provides a vehicle for communication of Agency policies and industry developments. The newsletter has been especially beneficial in advising on developments relative to the Trade issues in 1988.

The Agency was represented at the second Agriculture in the Classroom conference held in Saskatchewan in mid-October. Declining enrolment in agriculture related study programs has prompted a movement by farm groups, educators and industry to develop an agriculture awareness program for the education systems of Canada. Further work is continuing with the next conference scheduled for New Brunswick in 1990. CTMA's role will be to produce educational materials relative to our industry.



PROMOTION ET RELATIONS PUBLIQUES

Promotion

L'engagement de l'OCCD à assurer à l'industrie la stabilité du marché inclut la responsabilité d'encourager, grâce à la publicité, une demande accrue des produits à base de dinde.

L'accomplissement de cette obligation demande logiquement un solide programme de communication, qui non seulement éveille l'intérêt du public, mais aussi soutient et encourage les initiatives de l'industrie. Ce principe est essentiel à la stratégie promotionnelle de l'Office, et la réalisation du programme est assurée grâce à la planification et à la compétence fournies par le Comité consultatif sur la promotion de l'OCCD dont les membres comprennent tous les participants de l'industrie.

1988 fut l'année finale pour la promotion directe de mars comme Mois national de la dinde. Le programme de cette dernière année comportait des éléments similaires à ceux des précédentes années, un concours remplaçant les coupons de remboursement et des fonds étant procurés pour un soutien provincial. Le premier prix du concours, une automobile, fut gagné par un résident de la Saskatchewan. Les gagnants des deux voyages habitaient au Manitoba. La plupart des provinces profitèrent des fonds disponibles pour fournir aux détaillants du matériel de point de vente ou faire de la publicité pour la promotion.

Créé en 1985, le programme "De la dinde en mars" avait pour but d'encourager les ventes de dinde congelée toute l'année et d'améliorer, à Pâques, la position de cette volaille vis-à-vis des viandes concurrentielles. Les années qui suivirent virent la création de nouvelles gammes de produits, une disponibilité accrue de produits frais et une grande variété de présentations de dinde dans les magasins de détail de tout le Canada, ce qui rendit difficile la création d'une promotion nationale uniforme à un coût abordable. De plus, l'augmentation de la consommation à longue durée au niveau de la restauration, indiqua le besoin de procurer un soutien accru aux hôtels, restaurants et institutions, ces dernières en particulier.

Le bulletin "La dinde au goût du jour" destiné aux services de restauration fut publié quatre fois durant l'année dans le cadre du programme H.R.I. 1988 qui comprenait également la participation à huit salons de la

Relations publiques

Les projets de documentation créés en 1988 comprennent une brochure de recettes pour le barbecue, la réimpression des affiches sur la nutrition et la vente au détail, à l'usage des offices provinciaux, et la préparation d'une analyse nutritionnelle pour les produits à base de dinde. Les données nutritionnelles constituent une aide considérable à l'élaboration de recettes pour les consommateurs soucieux de leur santé.

L'importance de l'avis du diététicien dans le processus de prise de décision au niveau des institutions ayant été vérifiée par l'étude institutionnelle, une grande partie de l'information sur le produit sera désormais dirigée vers ce groupe de spécialistes travaillant dans les hôpitaux, les maisons de santé et les écoles. Leur importance sera encore soulignée par le coparrainage de l'OCCD à la campagne du Mois national de la nutrition, en mars 1989, qui est planifiée et dirigée par l'Association canadienne des diététistes. Cette activité assurera la continuité du thème "De la dinde en mars" tout en renforçant l'image de la dinde au point de vue nutritionnel.

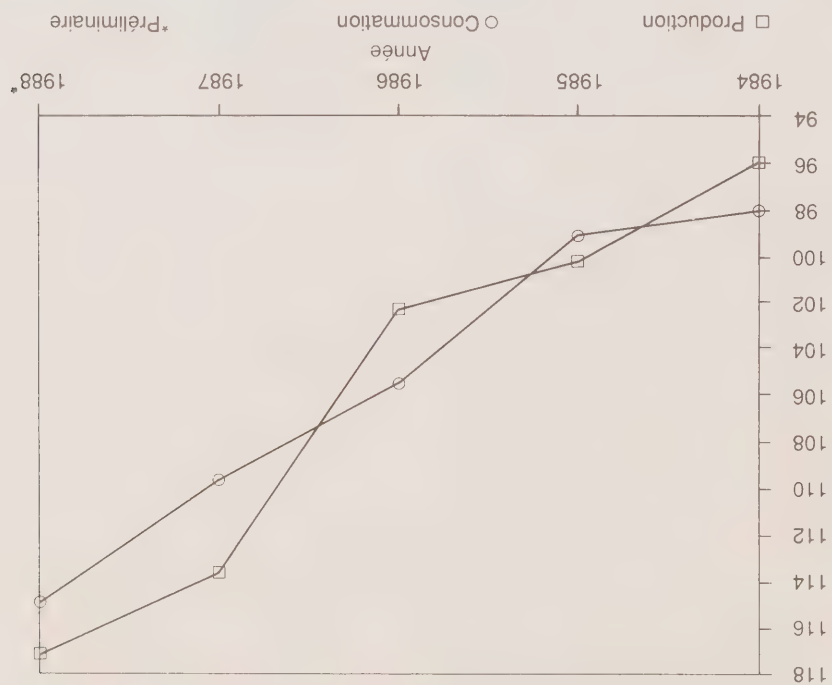
restauration dans tout le Canada, une étude des besoins des institutions et un test de marché pour des cartes-chevalet et cartes-recette pour les exploitants de services de restauration.

"PLUME", le bulletin destiné aux producteurs, qui débuta en janvier, est une publication trimestrielle qui procure un véhicule de communication des politiques de l'Office et des développements dans l'industrie. Le bulletin a été particulièrement utile dans l'information des lecteurs sur les développements relatifs aux questions touchant le libre-échange en 1988.

L'Office fut représenté à la deuxième conférence d'Agriculture dans la salle de classe qui eut lieu en Saskatchewan à la mi-octobre. Le déclin des inscriptions aux programmes d'études relatives à l'agriculture déclencha un mouvement par des groupes agricoles, des éducateurs et des membres de l'industrie pour créer un programme d'information sur l'agriculture pour les systèmes d'enseignement du Canada. Le travail continuera avec la préparation de la prochaine conférence devant avoir lieu au Nouveau-Brunswick en 1990. Le rôle de l'OCCD sera de produire le matériel éducatif relatif à notre industrie.



PRODUCTION ET CONSOMMATION DE DINDON 1984 - 1988



Production historique canadienne de dindon (milliers de livres de dindon éviscéré)

Colombie-Britannique	7,895	9,113	8,351	9,949	10,444	7,260	8,610	8,914	8,782	9,209
Alberta	7,755	7,730	7,767	8,509	7,686	6,947	7,348	7,552	6,563	8,121
Saskatchewan	3,524	3,057	3,331	3,729	3,867	2,964	3,225	3,328	3,627	3,671
Manitoba	7,840	7,953	7,496	7,781	8,573	5,667	7,537	8,023	7,252	8,233
Ontario	41,163	38,798	36,659	39,016	41,808	37,149	40,151	40,929	39,270	45,302
Québec	22,810	26,289	23,724	27,162	28,068	19,982	20,398	22,048	20,312	23,966
Nouveau-Brunswick	468	252	196	329	670	594	972	1,088	1,026	1,072
Nouvelle-Écosse	816	741	927	1,206	1,408	1,258	1,440	1,765	1,343	1,874
Canada	92,271	93,933	88,451	97,681	102,524	81,821	89,681	93,647	88,175	101,448

(milliers de kilogrammes de dindon éviscéré)

Colombie-Britannique	9,422	8,429	9,344	8,389	8,713	9,556	10,113	10,868	12,120
Alberta	8,660	7,723	7,623	7,734	8,457	8,417	8,442	9,687	9,724
Saskatchewan	3,705	3,338	3,709	3,780	3,838	3,994	4,336	4,326	4,326
Manitoba	7,795	7,267	7,751	7,337	7,331	7,847	8,044	8,551	8,796
Ontario	42,053	41,231	41,560	43,266	41,750	43,167	44,756	49,608	50,549
Québec	23,863	22,003	22,765	22,335	22,276	24,305	24,253	26,033	26,682
Nouveau-Brunswick	1,045	1,091	1,169	1,020	1,178	1,276	1,307	1,621	1,907
Nouvelle-Écosse	1,933	1,725	1,667	1,872	1,588	1,767	2,109	2,876	3,074
Canada	98,476	92,807	95,664	95,662	95,073	100,173	103,018	113,580	117,178

Une tentative d'ajustement a été faite pour tenir compte des importations de dindons vivants, des exportations et du mouvement interprovincial de dindons vivants; toutefois, avant 1977 le mouvement interprovincial n'était pas totalement vérifié.

**Préliminaire



ÉTUDE DU MARCHÉ 1988

Approvisionnement

La production de dindon en 1988 fut supérieure de 3,6 millions kg à celle de 1987 et de 14,8 millions kg à celle de 1986. La production de jeunes dindons mâles a dépassé de 1,7 million kg celle de 1987. La production de dindons à griller a augmenté de 1,4 million kg et celle de dindons adultes a augmenté de 0,4 million kg.

Les prix de gros des dindons de Catégorie 'A' (par chargements complets) ont décliné de février à septembre; à cette époque, ils se sont redressés légèrement, les approvisionnements devenant plus conformes à la demande. En général, les prix de gros furent assez stables durant 1988.

Les prix du dindon vivant ont légèrement décliné durant la première partie de l'année, alors que les approvisionnements étaient relativement élevés. Les prix montèrent ensuite marginalement durant tout le reste de 1988, en réponse à l'augmentation du coût de l'alimentation animale. En moyenne, les coûts de l'alimentation ont augmenté respectivement de 15,2 cents par kilo, 18,5 cents par kg, 19,7 cents par kg pour les dindons à griller, les dindons femelles et les dindons mâles. Les prix du dindon vivant, toutefois, n'ont augmenté que de 1,8 cents par kg pour les dindons à griller, 10,9 cents par kg pour les dindons femelles et 7,9 cents par kg pour les dindons mâles.

Demande

Une évaluation préliminaire de l'écoulement montre que l'on a consommé 114,9 millions kg de dinde cette année, soit 4,8 % de plus qu'en 1987 et 8,8 % de plus qu'en 1986.

Des réclames au détail et une plus large acceptation du consommateur de la variété et de la disponibilité croissante de produits à base de dinde ont contribué à l'augmentation de la demande qui semble plus notable dans le secteur de la restauration.

Classification

La classification de production par périodes instituée par l'OCCD continuera à donner une meilleure assurance que la catégorie de dindons appropriée sera fournie au moment où le marché la demande. Le contingent préliminaire global de production de 1989, fixé à 114,4 millions kg (égal à celui de 1988) sera de nouveau classifié par catégories de poids et périodes. Cette fonction coordinatrice permettra aux segments du marché en expansion un accès continu et amélioré aux produits bruts.

Importations

En 1988, les importations totales furent inférieures de 2 millions kg à celles de 1987. De ce total, seulement 27 000 kg représentent des importations supplémentaires, par rapport aux 3,1 millions kg d'importations supplémentaires de 1987. L'Accord de libre-échange fera, au minimum, augmenter les importations globales de 1,7 million kg en 1989, d'après le contingent préliminaire de production nationale.

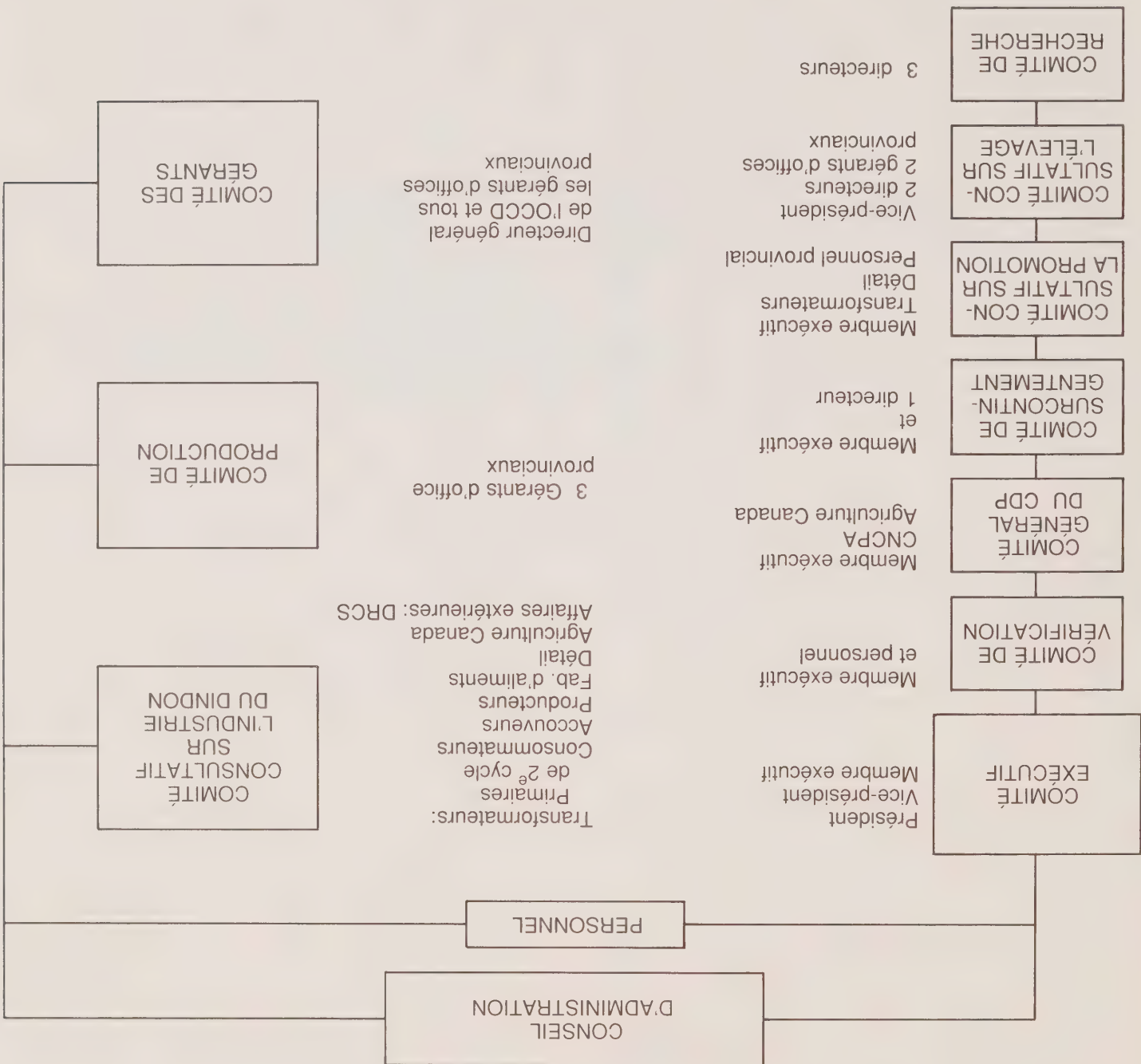
D'après l'analyse, la consommation durant la période non traditionnelle des trois premiers trimestres de l'année continuera à augmenter, assurant ainsi à l'industrie une stabilité à longue durée. La demande régulière, tout au long de l'année, continue à augmenter, la consommation de janvier à août 1988 ayant dépassé de 4,5 millions kg celle de 1987.

La catégorie de dindons mâles destinée essentielle-ment à l'industrie de transformation de second cycle continue à montrer une expansion significative, la consommation ayant été supérieure en 1988 de 4,7 millions kg à celle de 1987 et de 9,4 millions kg à celle de 1986.



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

COMITÉS



Le Comité exécutif de l'OCCD comprend les trois membres du Conseil d'administration élus annuellement par les huit délégués provinciaux, afin de superviser les opérations de l'Office entre les assemblées plénières des directeurs de l'OCCD.

Le Comité exécutif peut, dans son ensemble ou sur une base individuelle, siéger aux différents comités. Il doit rendre compte au Conseil d'administration par l'intermédiaire du membre exécutif.

Le Comité consultatif sur l'industrie du dindon et le Comité de production participent aux réunions d'établissement des contingents et doivent rendre compte directement au Conseil. Ces deux comités recommandent les niveaux d'approvisionnement pour le contingentement.

Le Comité des gérants siège à la demande des directeurs pour étudier les questions techniques relatives aux propositions de politiques et pour informer des impacts des différentes politiques sur les industries provinciales.



Coûts de production

donnera aux exportateurs un délai d'ajustement sur-faisant. L'accumulation sur le marché intérieur de sous-produits résiduels provenant de l'exportation a également été sérieusement prise en considération.

Le Conseil d'administration a approuvé la poursuite de l'étude de CDP 1988, basée sur une ferme modèle. La ferme modèle sert de base pour la détermination des coûts en capital, des coûts fixes connexes et de certains coûts variables. De plus, une enquête sur place auprès des producteurs procurera les coefficients de production (coefficient de conversion alimentaire, taux de mortalité, etc.) et autres données de coûts variables. La création de cette technique exclusive est censée être un excellent substitut à la méthode traditionnelle, étant donné les caractéristiques du secteur de production du dindon au Canada: de petites populations de producteurs, tant à l'échelle provinciale que dans l'ensemble; une grande variété de techniques de production et d'élevage; la production de trois catégories distinctes de dindon. Dans les études de CDP antérieures, ces facteurs se sont avérés limitatifs en matière d'obtention de données significatives et statistiquement valides, en ce qui concerne les coûts en capital et les coûts de production fixes, mais non en matière d'évaluation des composantes de coûts variables.

Ferme modèle: L'Office par l'intermédiaire des officiers provinciaux, a nommé un groupe de travail composé de producteurs bien informés, afin de déterminer les paramètres et édifier sur papier et en détail la ferme modèle. Le mandat de ce groupe consistait à définir un élevage de dindons d'un rendement efficace, technologiquement actuel, employant une per-sonne à plein temps et de la main-d'œuvre occasionnelle si nécessaire, pour chaque catégorie de volaille - dindons à griller, dindons femelles et dindons mâles. Le groupe termina son travail en mai 1988.

La tierce partie indépendante chargée par l'office d'entreprendre l'étude de CDP de 1988 eut alors la responsabilité d'établir les coûts de tous les aspects du modèle et d'élaborer des techniques d'antériorisation pour refléter le coût par kilogramme de dindon vivant, compte tenu de l'âge moyen des aménagements actuellement en usage. Au cours de leur travail, les con-seillers ont analysé tous les aspects du modèle pour déterminer sa validité, sa logique et son caractère représentatif. Le rapport final sur la Ferme modèle fut examiné par le Comité du CDP de l'OCCD en décembre 1988.

Perspectives

Le but essentiel du Code de pratique recommandé est d'assurer que la volaille soit élevée, soignée et traitée humanement.

Au cours de 1988, l'OCCD a participé à un comité organisé par l'intermédiaire de la Fédération canadienne des sociétés humanitaires pour créer un Code de pratique recommandé pour les soins et le traitement de la volaille, du couvoir à l'usine de transformation. Le code original ne concernait que les poulets à griller. Le code révisé a été augmenté pour inclure les ponduses, les dindons et la volaille de reproduction. Le code est censé être terminé au début 1989 pour publication subséquente par Agriculture Canada.

Code de pratique

Application: Les rapport finaux sur la Ferme modèle, l'enquête sur place et les techniques d'antériorisation doivent être présentés aux directeurs de l'OCCD en avril 1989, avec application, sous réserve d'approbation du CNCPA, en mai ou juin 1989.

Enquête sur place: En procédant à l'établissement des prix de la Ferme modèle, les conseillers termineront le travail préparatoire pour l'enquête sur place, y compris: la sélection des échantillons de producteurs statistiques valides pour les dindons à griller, les dindons femelles et les dindons mâles; la conception du questionnaire; la compilation des données et des programmes de vérification. De plus, la sélection des échantillons et la programmation des interviews furent terminées en décembre 1988, en collaboration avec les gérants d'offices provinciaux. L'enquête sur place devra être effectuée en janvier 1989.

L'efficacité de toutes les politiques de l'Office doit continuer à être évaluée en fonction du mandat de l'Office et de l'objectif fixé: répondre aux besoins d'un marché changeant, comme mentionné au début du rapport sur les politiques.



RAPPORT SUR LES POLITIQUES

Politique de surcroît de multiplicateurs

Le rapport de l'an dernier mentionnait l'adoption par l'Office d'une Politique de surcroît de multiplicateurs révisée qui devait être mise en œuvre en 1988. Cette politique stipulait que chaque office provincial devait faire la demande, au nom de ses élèves multi-plicateurs, d'une allocation conditionnelle pour couvrir la commercialisation de surcroît de multiplicateurs réformés, selon un niveau de référence défini en 1987. En juin 1988, une modification fut apportée à la politique, en ce sens que le niveau de référence de 1987 fut amendé à un pourcentage de la commercialisation totale de 1987 dans chaque province, plutôt qu'à un poids fixe. Ce changement résulte en un poids de référence qui changera d'une année à l'autre, dans la même proportion que l'allocation totale provinciale. Cela assurera :

- que les élèves multiplicateurs seront traités équitablement comme tous les autres élèves, en ce qui concerne l'attribution des contingents provinciaux;
- que toutes les provinces partageront la responsabilité de la croissance de cette industrie dans la mesure où elles l'ont fait historiquement.

Le plafond fixé aux allocations dans la politique originale de 1988 fut également supprimé. Toutes les autres mesures d'application, rapport et monitoring ont été maintenues.

La Politique de surcroît de multiplicateurs, conjointement avec la Politique de reproduction primaire (1985), permettra à l'industrie canadienne d'élevage du dindon de répondre pleinement aux besoins nationaux de produit commercial et de maintenir son rôle prépondérant sur les marchés internationaux.

Politique d'exportation

La politique d'exportation instituée pour 1988, au moyen d'une série de révisions et de consultations avec les membres de l'industrie, fut amendée en septembre 1988. Sans que soit changé le principe ou l'intention de la politique, l'octroi de crédits d'exportation sera réduit graduellement au cours d'une période de deux ans, à partir de 1989. Cependant, l'équilibre relatif des crédits pour les produits avec os et les produits désossés a été amélioré pour mieux refléter la valeur et le rendement naturel. La période de réduction graduelle de deux ans

Les politiques de l'Office découlent du mandat établi dans l'Accord fédéral-provincial et régissent les méthodes d'application permanente du Plan de commercialisation. C'est donc au moyen des politiques que le mandat législatif peut se relier aux réalités auxquelles doivent faire face quotidiennement les producteurs et les autres participants. L'élaboration des politiques et leur application demandent une recherche poussée et objective, des examens et des délibérations. L'opportunité d'une politique est jugée non seulement en fonction de la législation, mais aussi en fonction de son efficacité et de son effet sur l'industrie. Eu égard à la législation, c'est ce dernier point qui est d'importance primordiale pour les secteurs de production et de commercialisation. En 1988, les révisions de politiques, dont l'énoncé suit, ont observé le processus énoncé ci-dessus. Leur évaluation continuera au moyen de monitoring et de réévaluation, et leur modification sera entreprise s'il y a lieu.

Politique d'attribution des contingents provinciaux

Au début de 1988, la mise au point d'une politique d'attribution des contingents provinciaux révisée continua, après deux appels et une recherche juridique durant 1987. En juin 1988, une politique révisée fut adoptée par les membres de l'Office. Considérablement différente de la précédente, cette politique est mieux adaptée au nouvel aspect de l'industrie du dindon.

Dans sa méthode, la politique amendée, comme la précédente :

- maintient les parts provinciales de base comme point de départ des attributions provinciales;
- respecte la nécessité d'une stabilité d'approvisionnement permanente pour les secteurs provinciaux de l'industrie;
- incorpore les exigences d'un marché changeant;
- tient compte des forces économiques en jeu dans le secteur de production.

De plus, elle permet une meilleure flexibilité d'application dans des situations exceptionnelles qui ne peuvent être adéquatement évaluées au moyen d'une formule, quelle qu'elle soit.



L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1988

5. BAIL DE LOCATION

En vertu de plusieurs baux de location de locaux et d'équipement, l'Office doit payer:

1989	88 568	\$
1990	76 046	
1991	73 571	
1992	67 545	
1993	39 692	
	345 422	\$

6. PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION

Ces contributions représentent les montants attribués à l'Office à la suite de surproduction de dindon par certains des huit offices provinciaux de commercialisation du dindon. Ces fonds représentent les contributions de surproduction au cours de l'année civile 1987. L'Office enregistre ces contributions de surproduction lorsque les fonds sont reçus et non sur des charges à payer. Ces fonds sont considérés comme actif potentiel jusqu'à ce qu'ils soient finalisés à cause de stipulations de force majeure, d'ajustements par le ministère fédéral de l'Agriculture selon les statistiques ou tout autre ajustement que l'Office considère justifié. Les contributions de surproduction pour 1988 seront, le cas échéant, portées à l'état des opérations de 1989.

7. ÉTUDE DU COÛT DE PRODUCTION

En 1988, l'Office a conclu un accord avec une firme de conseillers en gestion pour effectuer une Étude du Coût de production. Cette étude doit être effectuée sur deux ans et son budget a été établi en conséquence. L'Office a accepté de payer des honoraires et des frais ne dépassant pas 211 000 \$. En 1988, 79 631 \$ ont été dépensés pour cette étude.



L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1988

1. CONVENTIONS COMPTABLES D'OPÉRATIONS

L'Office canadien de commercialisation du dindon est un office constitué en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme (Canada) pour favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie fortes, efficaces et concurrentielles pour la commercialisation des dindons au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organismes sans but lucratif. Les pratiques sont les suivantes:

IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont capitalisées au prix d'acquisition. Toutes les dépenses de réparation et d'entretien sont rapportées dans l'année où celles-ci sont contractées.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode d'amortissement décroissant pour l'équipement de bureau à 20 % par année, 30% par année pour l'ordinateur et l'automobile, et selon la méthode de l'amortissement linéaire pour toutes améliorations locales pendant le terme de cinq ans.

2. COMPTES À RECEVOIR

Les comptes à recevoir consistent en:

Redevances des producteurs	184 821 \$	1988	306 632 \$	1987
Intérêt couru	1 569		357	
Autres comptes à recevoir	20 889		0	
	207 279 \$		306 989 \$	

3. DÉPENSES PRÉPAYÉES

Les dépenses prépayées consistent en:

Promotion	53 306 \$	1988	19 087 \$	1987
Assurance	2 326		1 717	
Avance pour déplacement	348		0	
La promotion prépayée se rapporte à la campagne de 1989	55 980 \$		20 804 \$	

4. IMMOBILISATIONS

Automobile	27 593 \$	9 244 \$	18 349 \$	26 213 \$
Ordinateur	67 045	44 992	22 053	31 504
Mobilier et équipement	78 047	43 670	34 377	39 143
Améliorations locales	47 496	13 101	34 395	1 158
	220 181 \$	111 007 \$	109 174 \$	98 018 \$
COÛT		DÉPRÉCIATION	NETTE	VALEUR
		ACCUMULÉE	AU LIVRE	1987
			NETTE	
			VALEUR	



L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON ÉTAT DES DÉPENSES POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1988

AUTRES DÉPENSES ADMINISTRATIVES			
Honoraires pour services professionnels	21 750 \$	21 194 \$	1987
Projets en contrat	139 909	35 318	
Vérification	6 265	4 935	
Téléphone et téléx	14 171	14 030	
Fournitures et dépenses de bureau	19 843	24 118	
Affranchissement et messagerie	4 085	4 483	
Comité consultatif sur l'industrie du dindon	13 795	11 389	
Assurance	525	427	
Traduction	15 714	18 739	
Frais divers d'administration	6 384	8 456	
Amortissement	30 194	28 844	
Contrat de services de bureau	0	399	
Loyer, taxes et électricité	39 240	32 819	
Dépenses pour les intérêts	5 011	12 368	
316 886 \$		217 519 \$	
RÉMUNÉRATIONS DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL			
Salaire du personnel	250 323 \$	226 844 \$	
Honoraires des directeurs	47 988	55 675	
Avantages sociaux des employés	34 496	32 757	
332 807 \$		315 276 \$	
FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL			
Frais de voyage des directeurs et gérants d'Office	199 189 \$	221 762 \$	
Frais de voyage du personnel	62 963	46 616	
Salles de réunion	13 695	16 363	
Assurances de voyage	954	1 003	
276 801 \$		285 744 \$	
CAMPAGNES DE VENTES			
Expositions commerciales	22 154 \$	16 956 \$	
Nouveaux projets	0	32 122	
Livre de recettes	0	2 143	
Dépenses diverses de promotion	4 493	3 981	
Guide du professeur	0	7 777	
Détailants et consommateurs	346 329	515 503	
372 976 \$		578 482 \$	
DÉPENSES DE PROMOTION			
Frais de voyage du personnel	1 062 \$	1 162 \$	
Affranchissement postal	1 788	1 497	
Bureau	7 247	7 804	
Loyer	12 738	10 562	
Téléphone	4 844	4 819	
Salaires	27 814	25 205	
55 493 \$		51 049 \$	

voir notes ci-jointes



L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTAT DES OPÉRATIONS
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1988

1987	1988
1 653 778 \$	1 861 857 \$
4 104	4 988
1 657 882	1 866 845
DÉPENSES	
ADMINISTRATION	
217 519	316 886
315 276	332 807
285 744	276 801
Autres dépenses administratives (Annexe 1)	
Rémunération des directeurs et du personnel (Annexe 1)	
Frais de voyage des directeurs et du personnel (Annexe 1)	
818 539	926 494
PROMOTION	
GÉNÉRAL	
111 240	200 211
578 482	372 976
51 049	55 493
740 771	628 680
RELATIONS PUBLIQUES	
0	43 398
COMMERCIALISATION ET DÉVELOPPEMENT	
Étude du marché	
52 650	57 915
6 162	5 325
16 904	18 218
18 900	19 921
21 080	19 000
Fédération canadienne de l'agriculture	
Développement des marchés intérieurs et d'exportation	
115 696	120 379
856 467	792 457
AUTRES	
Perte ou profit sur la vente d'immobilisations	
(4 616)	0
1 670 390	1 718 951
(12 508)	147 894
8 696	4 503
PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION (note 6)	
EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES	
(3 812) \$	152 397 \$
(DÉPENSES SUR LES REVENUS) pour l'année	

voir notes ci-jointes



L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON BILAN AU 31 DÉCEMBRE 1988

Actif

1987	1988
À COURT TERME	
Encaisse	186 289 \$
Comptes à recevoir (note 2)	207 279
Dépenses prépayées (note 3)	55 980
IMMOBILISATIONS (note 4)	449 548
	109 174
425 911 \$	558 722 \$

Passif

À COURT TERME	
Découvert en banque	0 \$
Créditeurs et frais courus	42 149
.....	42 149
SOLDE DU FONDS	516 573
425 911 \$	558 722 \$

Approuvé au nom du Conseil d'administration

Art Roder

Art Roder, Directeur

Lorne Bustin

Lorne Bustin, Directeur

voir notes ci-jointes



L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTATS DU SOLDE DU FONDS
AU 31 DÉCEMBRE 1988

1988	1987
SOLDE DU FONDS, au début de l'exercice	364 176 \$
EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES (DÉPENSES SUR LES REVENUS) pour l'année	152 397
SOLDE DU FONDS, à la fin de l'exercice	516 573 \$
	364 176 \$

voir notes ci-jointes

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTATS FINANCIERS
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1988

Rapport des vérificateurs

Aux membres de
l'Office canadien de commercialisation du dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office canadien de commercialisation du dindon au 31 décembre 1988, ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

À notre avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de l'Office, au 31 décembre 1988, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

Guelph, Ontario
Le 4 février 1989

Comptables agréés

Robinson, Lott & Brohman

Robinson Lott & Brohman





dividuelle aux différentes questions, de même qu'aux réactions et aux déclarations de principes sur les préoccupations de l'industrie. Le premier comité qui comprenait le président et le directeur général de chaque office ainsi que le président de la F.C.A., se tint régulièrement à jour des négociations, analysa leur impact, coordonna les activités et détermina les positions à prendre. Le second comité qui inclut le personnel technique de chaque office et de la F.C.A. est chargé de l'analyse technique, de l'élaboration des exposés, réponses, etc. Cela évitera une approche fragmentée durant les futures négociations. Jusqu'à présent, ce système a fonctionné adéquatement.

Elaboration du CDP (Ferme modèle)

Après plusieurs années au cours desquelles des tentatives ont été faites pour mettre au point un coût de production au moyen de méthodes traditionnelles qui ne tenaient pas compte de la polyvalence de notre production, l'Office a envisagé un nouveau concept qu'il répondrait effectivement au mandat de notre industrie et serait conforme aux exigences du Conseil national de commercialisation de produits agricoles et du public en général. Le travail initial commença fin 1986 et aboutit à une proposition finale qui fut acceptée par nos membres et le C.N.C.P.A. fin 1987. Le processus de mise à exécution commença en 1988 par l'établissement d'un groupe de travail sélectionné comprenant un producteur progressiste de chaque province membre. Ce groupe fut chargé d'élaborer une ferme modèle d'exploitation unitaire, maximale, misant la main-d'œuvre et l'investissement en capital. Les huit membres du groupe méritent des félicitations pour avoir créé un modèle ayant subi avec succès des tests rigoureux, ce qui permit à la tierce partie de pouvoir d'établir efficacement les coûts. Ce nouveau concept repose sur une méthode en trois phases, la première étant la création du modèle et la détermination des coûts fixes; la seconde, la vérification d'un échantillon de producteurs provinciaux pour déterminer les coûts variables, c'est-à-dire alimentation, dindon-neaux, main-d'œuvre et énergie; et la troisième, la consolidation des coûts fixes et variables dans des relevés de coûts fiables pour chaque catégorie de dindon. On anticipe l'application du nouveau C.D.P. d'ici la mi-1989.

Autres développements

D'autres sujets d'ordre administratif comprennent des questions de protection animale, des projets de recherche conjointe avec Agriculture Canada et des organismes indépendants, et le perfectionnement suivi de nos programmes de communication.

En ce qui concerne ces derniers, nous avons commencé au début de 1988 la publication d'un bulletin trimestriel (Plume). Il a été très bien accueilli et procure une tribune libre sur des questions d'actualité intéressant nos producteurs, les membres de l'industrie et le gouvernement.

Le défi

Pour conclure ce rapport, je désire faire quelques commentaires sur notre environnement commercial, actuel et futur. On a fréquemment fait observer que la seule constante de notre époque, c'est le changement! Il est bien certain qu'actuellement les changements sont plus rapides que jamais, mais les idées nouvelles et les méthodes avant-gardistes ont toujours posé des défis au genre humain. Nous avons peur de ce que nous ne comprenons pas. La plupart du temps, c'est pourquoi nous résistons au changement. Avec la con-naissance, on triomphe de la méfiance.

Notre système de gestion des approvisionnements donne aux producteurs efficaces un certain degré de protection contre les changements sévères qui se produisent fréquemment dans les marchés non réglementés. Toutefois, nous ne pouvons pas espérer que les événements qui touchent la société ne nous affecteront absolument pas.

Nous devons admettre le fait d'une libéralisation commerciale accrue. Les producteurs et le personnel de l'Office doivent prendre les mesures nécessaires pour protéger l'intégrité du système de gestion des approvisionnements dans ce nouveau climat, et nous devons également essayer de profiter des occasions qu'il présente.

La compréhension grâce à la communication est la clé de l'apaisement des craintes que nous ressentons tous devant l'inconnu. Tous les participants de l'industrie du dindon doivent, dans la plus large mesure possible, tenter de profiter de la situation. Notre industrie sera perdante si nous nous contentons de déplorer les changements sans rechercher leurs avantages éventuels. Nous avons prouvé que nous sommes capables de faire face aux événements de façon constructive. Tirons donc parti du climat actuel pour assurer un avenir florissant à notre industrie.

Respectueusement soumis,

Ken Crawford,
Directeur général

RAPPORT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



La quinzième année d'existence de l'Office canadien de commercialisation du dindon a commencé dans un climat de considérable perturbation. Nos stocks de départ étaient plus élevés que justifié, la production par période qui avait débuté en 1987 était en cours de perfectionnement, les questions de politiques en suspens devaient être résolues et les marges bénéficiaires des producteurs et des transformateurs subissaient une contrainte sévère. En ce qui concerne les questions extérieures, les implications du libre-échange exigeaient une attention quotidienne, les négociations du G.A.T.T. se préparaient, les questions de protection animale prénaient de l'ampleur, et les membres de l'industrie justifiaient leur position dans cet environnement.

Il va sans dire que le courage des membres de l'Office et de son personnel fut mis à rude épreuve. Comme on en fera état plus loin dans ce rapport, grâce à des administrateurs dévoués, ces débuts difficiles aboutirent à des résultats raisonnables.

À l'origine, l'Office canadien de commercialisation du dindon fut institué par le gouvernement fédéral pour administrer le système de gestion de l'approvisionnement national de notre industrie. Ses responsabilités essentielles consistaient à attribuer les contingents de production aux différentes provinces et à assurer que les intérêts des producteurs, transformateurs et consommateurs étaient bien servis par le système de commercialisation. C'était la perception des années 1970.

En progressant dans les années 1980, il s'avéra de plus en plus manifestement que de nombreuses autres questions, bien qu'étrangères à l'administration de base du plan de commercialisation, pourraient affecter profondément l'intégrité du système de gestion des approvisionnement. La contrainte internationale actuelle pour la libéralisation du commerce est l'exemple le plus probant de l'impact que les forces extérieures peuvent avoir sur cette industrie, mais n'est qu'une des nombreuses questions que l'Office doit traiter sur une base permanente.

C'est durant le début de cette décennie que les membres et les administrateurs de l'Office déterminèrent qu'il serait impossible d'assurer la viabilité à long terme de l'industrie canadienne du dindon si les facteurs extérieurs étaient ignorés. Le traitement de ces questions d'ordre extérieur a accru les responsabilités des membres et a considérablement augmenté les activités du personnel administratif de l'Office. J'ai la ferme conviction que l'effort supplémentaire requis à certains moments portés sur les fruits dans notre industrie, et prendra de plus en plus d'importance dans l'avenir.

Production et commercialisation

Suit un bref aperçu de ces questions administratives, intérieures et extérieures.

Comme noté précédemment, 1988 débuta avec des stocks très élevés et l'inquiétude que, selon les prévisions d'approvisionnement, ils seraient encore plus considérables en fin d'année. Le règlement de cette situation eut pour résultat une baisse des stocks, une augmentation de l'abatage de 2,7 % et un accroissement de la consommation totale de 5 %. Les importations supplémentaires furent maintenues à 27 000 kg, soit une réduction de 99 % par rapport à 1987. Avec les mêmes contingents de production pour 1989, nous devrions voir un marché bien approvisionné, de nouvelles réductions de stocks et des marges bénéficiaires raisonnables pour les producteurs et les transformateurs.

Politiques

Comme mentionné précédemment et souligné dans le rapport de notre Président, les questions majeures relatives à nos politiques furent résolues et les nouvelles politiques mises en oeuvre. Elles concernaient le surcontingement, le surcroît de multiplicateurs, l'exportation et l'établissement périodique de directives de production classifiées élaborées. Un monitoring constant est indispensable à l'application effective des politiques.

Commerce bilatéral

Grâce à une collaboration étroite avec nos organisations soeurs et la Fédération canadienne de l'agriculture, nous avons pu traiter les questions critiques à mesure qu'elles surgissaient. Cela nous permit de déterminer rapidement l'impact sur notre industrie, d'aviser les négociateurs et les ministères intéressés de nos préoccupations, et de tenir nos producteurs informés au moment opportun. En résultat, malgré une perte économique pour notre industrie, nous sommes certains que notre voix a été entendue et qu'un progrès a été accompli.

Commerce multilatéral (Négociations du G.A.T.T.)

Afin d'assurer une perception plus complète, des réponses plus opportunes et une meilleure communication, les offices nationaux ont établi deux comités sous les auspices de la Fédération canadienne de l'agriculture. Ces comités procurent une approche in-



d'établissement de prix éprouvés précédemment dans notre industrie seront réduits et que les producteurs pourront bénéficier d'un revenu équitable. À tous ceux qui y ont participé jusqu'à ce jour, nous pouvons assurer notre reconnaissance sincère.

En considérant nos réalisations en 1988, j'estime que les directeurs peuvent être fiers d'avoir résolu des problèmes aussi difficiles. Toutefois, étant donné les inconnues actuelles du secteur du libre-échange, nos difficultés n'en sont peut-être qu'à leur début. Cette industrie pourrait subir davantage de changements dans les trois à cinq prochaines années que dans les 15 dernières. Nous devons être prêts à relever les défis qui se présenteront et à en tirer parti.

Pour terminer, je désire remercier les membres du Comité exécutif, les directeurs, les suppléants et les gérants d'office pour leur dévouement durant l'année passée. Un remerciement spécial à Ken Crawford et tout son personnel, toujours prêts à donner un "coup de collier" dans l'intérêt des producteurs de dinde en particulier et de l'industrie en général.

Respectueusement soumis,

Art Roder,
Président



RAPPORT DU PRÉSIDENT

pourparlers commerciaux. L'Office a participé à de nombreuses réunions relatives à l'Accord de libre-échange et à ses implications possibles. Les inconnues des effets éventuels de l'Accord sur notre industrie sont nombreuses. Nous devons surveiller étroitement l'apparition de tout changement susceptible de se produire, continuer à informer le Gouvernement de nos préoccupations et trouver des moyens de répondre à tout déséquilibre commercial susceptible de se produire.

Nous avons été également profondément engagés dans les négociations actuelles du G.A.T.T. Grâce au Comité de gestion des approvisionnements de la F.C.A., nous avons pu suivre de très près les négociations en cours. Ce Comité a fait preuve de proaction en soumettant des déclarations de principes à notre gouvernement dans des secteurs tels que les décisions du groupe spécial sur le cas des mesures agricoles japonaises affectant l'Article XI, le nouveau libellé de l'Article XI et le suivi technique de questions telles que les Equivalents de subventions aux producteurs, les Equivalents de distorsion commerciale et les innumérables exposés présentés par les divers gouvernements et organismes. Nous nous sommes de nouveau rendus à Genève en automne pour participer à des consultations de haut niveau avec le Secrétaire du G.A.T.T., de même que le groupe de négociation pour la mission canadienne. J'ai la conviction que nos négociateurs ont une bonne compréhension du système de gestion des approvisionnements, mais nous ne devons pas perdre de vue qu'ils reçoivent leurs directives d'Ottawa. A cet effet, nous devons à tout prix poursuivre ici nos efforts pour convaincre les politiciens que l'option de gestion des approvisionnements pour les producteurs canadiens soit maintenue et renforcée. Faute d'avoir pu accomplir des progrès significatifs lors de la session de mi-trimestre en décembre à Montréal, les positions de nos négociateurs devront être révisées de nouveau au début de 1989. Nous devons nous assurer que l'Article XI ne soit pas utilisé comme atout, simplement pour parvenir à l'heureuse issue du round actuel de négociations.

Au début de 1988, les mesures définitives furent prises pour entreprendre l'étude de C.D.P. - Ferme modèle. La firme de conseillers en gestion Touche Ross fut chargée d'effectuer le travail pour notre compte. A la fin de l'année, la portion Ferme modèle était terminée et la planification de l'enquête sur place à effectuer au début de 1989 déjà bien avancée. Compte tenu de la nouveauté du concept et de l'ignorance du potentiel de problèmes imprévus, le projet a remarquablement bien progressé. Cela peut être attribué à sa préparation poussée et à l'excellente coopération de tous les participants. J'ai l'espoir que lorsque cette étude sera terminée et approuvée par le C.N.C.P.A., les problèmes

Pour la troisième fois, je suis chargé de vous rendre compte, au nom du Conseil d'administration, des activités de l'année écoulée. Les précédentes fois, la préparation des rapports n'avait pas posé de difficultés. Il m'avait suffi d'examiner les questions en suspens et de vous donner les raisons pour lesquelles elles n'avaient pas encore été résolues. L'année passée, toutefois, des décisions relatives à certaines de ces questions ont été prises, ce qui rend la teneur de ce rapport quelque peu différente.

La question de l'industrie de l'élevage multiplicateur a finalement été traitée en 1988. Les problèmes particuliers à ce segment de notre industrie ont sévi depuis la fin des années 1970. Après de longues heures de délibération et de consultation, la Politique de surcroît de multiplicateurs fut adoptée. Cette politique est considérée par l'industrie comme une solution sensée dans une situation très difficile. Actuellement, des amendements à la Proclamation pour assurer l'atteinte des objectifs à long terme de l'industrie de l'élevage multiplicateur sont discutés avec le C.N.C.P.A.

La deuxième décision majeure concerne le secteur du surcroît qui depuis un certain temps déjà nous posait des problèmes. Là encore, après de longues heures de discussion et d'accordements, les directeurs ont ratifié, malheureusement pas à l'unanimité, la Politique de surcroît. Cette politique répond aux besoins du marché et procure, ce qui est peut-être plus important encore, un système qui permettra à notre industrie de réagir plus rapidement aux changements et aux développements du marché à mesure qu'ils se produisent.

La troisième politique majeure ayant fait l'objet de modifications fut la Politique d'exportation. La politique en vigueur fut jugée avoir un potentiel d'impact sur les approvisionnements nationaux par suite de l'effet cumulatif des crédits d'exportation. Après consultation avec les membres de l'industrie, des modifications furent apportées à la politique qui permet toujours les exportations, mais les crédits susceptibles d'être obtenus ont été réduits.

Les réalisations dans ces trois secteurs majeurs n'ont pas été faciles et ne sont absolument pas définitives. L'application de toute politique doit être contrôlée et modifiée si nécessaire pour assurer qu'elle réponde aux besoins de l'industrie. N'oublions pas que les solutions que nous avons pu concevoir hier ou aujourd'hui même ne produiront peut-être pas nécessairement les mêmes résultats demain.

L'année 1988 fut une fois de plus dominée par les

PERSONNEL DE L'OCCD 1988

Président	M. Arthur Roder	Ontario
Vice-président	M. Lorne Bustin	Colombie-Britannique
Membre exécutif	M. Dale Enarson	Alberta
Directeur	M. Ed Rosenberg	Saskatchewan
Directeur	M. Ellis Penner	Manitoba
Directeur	M. Laurent Mercier	Québec
Directeur	M. Malcolm Sprague	Nouveau-Brunswick
Directeur	M. Adrian de Graaf	Nouvelle-Ecosse

CONSEIL D'ADMINISTRATION 1988



Ken Crawford,
Directeur général

Art Roder,
Président

M. Kenneth Crawford
Mme Margaret Krowchuk
M. Philip Boyd
Mme Patsy Gagné-Waithé
M. Bob Allen
Mme Elise Mereweather
Mme Lise Turner
Poste vacant

Directeur général
Assistante administrative
Directeur de la recherche économique
Analyste de recherche économique
Analyste de marché
Assistante à la recherche du marché
Secrétaire administrative
Secrétaire de direction



Page	TABLE DES MATIÈRES
3	Conseil d'administration
4-5	Rapport du Président
6-7	Rapport du Directeur général
8-14	Rapport financier
15-16	Rapport sur les politiques
17	Comités
18	Étude du marché
19	Production et consommation de dindon
20	Promotion et relations publiques

QUINZIÈME RAPPORT ANNUEL
 de
 L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
 pour présentation
 à l'Honorable Don Mazankowski
 Ministre de l'Agriculture
 au Conseil national de commercialisation
 des produits agricoles
 et à
 la Quinzième assemblée annuelle des producteurs
 de dindons
 Mercredi, 22 mars 1989
 Ottawa, Ontario



RAPPORT ANNUEL 1988



L'OFFICE CANADIEN DE
COMMERCIALISATION DU DINDON

Lacking 1989

CA1
DB60
-A56

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY



ANNUAL REPORT
1990

SEVENTEENTH ANNUAL REPORT
of the
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

for Presentation to:

The Minister of Agriculture
The Honourable Don Mazankowski

The National Farm Products
Marketing Council

and the

Seventeenth Annual Turkey Producers' Meeting

Wednesday, March 20, 1991
Ottawa, Ontario





LORNE BUSTIN
CHAIRMAN



KEN CRAWFORD
EXECUTIVE DIRECTOR

OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman
Vice-Chairman
Executive Member

Mr. Lorne Bustin
Mr. Adrian de Graaf
Mr. Ed Rosenberg

British Columbia
Nova Scotia
Saskatchewan

Director
Director
Director
Director
Director

Mr. Dale Enarson
Mr. Bob Friesen
Mr. Art Roder
Mr. Marcel Latreille
Mr. Malcolm Sprague

Alberta
Manitoba
Ontario
Quebec
New Brunswick

STAFF

Mr. Kenneth Crawford
Mrs. Margaret Krowchuk
Mr. Philip Boyd
Position Vacant
Mr. John Tyl
Mrs. Elise Mereweather
Mrs. Lise Turner
Ms. Rhonda Gislason

Executive Director
Manager, Administrative Services
Director of Economic Research
Economic and Research Analyst
Market Analyst
Market Research Assistant
Administrative Secretary
Executive Secretary



EXECUTIVE REPORT

1990 introduced a new decade and new challenges. Once again, converting those challenges to opportunities tested our abilities.

A new Agri-Food environment began to unfold as a direct result of the Domestic Agriculture Policy Review under the Federal Minister's initiative "Growing Together". This review was necessitated by a new globalized trading environment resulting from CUSTA, GATT and a possible North American trade bloc which would link Canada, the U.S. and Mexico in a trilateral trade agreement.

The most significant concerns facing our industry are the possible implications resulting from the recommendations of the various task forces that are currently reviewing Canadian Agriculture Policy as part of the Growing Together initiative. Coupled to CUSTA and the potential outcome of GATT, a growing climate of uncertainty has surfaced. This uncertainty when taken in context with a weak Canadian economy, has largely curtailed the capital expenditure required for research, new technology and general expansion. All are prerequisites for every sector in a growing industry.

In spite of these constraints to progress, the Agency Directors and industry partners through continued co-operative efforts have achieved another year of positive growth.

The following sections of this report will more comprehensively cover activities relating to our domestic position and the external issues, concluding with an outlook for the balance of this decade.

THE DOMESTIC SCENE

POLICIES

The Agency continues to use several policies to provide necessary flexibility so that our Marketing Plan has the tools available to meet the supply requirements of a dynamic market.

These policies, which are explained in more detail in a subsequent section of this annual report, are constantly monitored by Agency verification systems to ensure that the objectives of each policy are achieved. Changes to policies are undertaken in consultation with affected industry partners and their associations.

During 1990 the Agency members initiated amendments to the quota regulation and Federal-Provincial Agreement to further enhance our ability to meet the objectives of the agency and provide greater transparency when meeting the diversified requirements of the industry.

The members directed the development of a production management system that would assure all levels of the processing and manufacturing sector of a continuous availability of product at known prices. This system is being developed with the co-operation of both primary and further processors and is anticipated to be implemented in 1991.

Also in 1990, the production year-end was changed and provincial producer panels were established to monitor and augment our cost of production system.

MARKETING

Our Marketing programs are subjected to continuous evaluation to ensure their effectiveness as the consumer market for both the retail and H.R. & I sectors continues to change and expand.

Because we employ a broad based consultative process involving the best available people from all sectors of our industry, we are able to evaluate shifts in consumer attitudes and values. It became evident early in 1990 and was reinforced at our annual marketing seminar in June, that distinct changes were beginning to surface which would require a more comprehensive information base to position our Market support programs through the 90's.

To achieve this goal the members directed an evaluation of our current information system following which they recommended the development of a comprehensive Management Information System to encompass both Production and Marketing. This project will be completed and implemented over a two year period to position the Agency as a knowledgeable resource base for all post-farm-gate sectors and simultaneously provide the direction for our marketing support programs.

Throughout 1990 our current marketing program continued to maximize funds by placing emphasis on



EXECUTIVE REPORT

supporting the efforts of sectors more directly linked to end users. The combination of production policies and marketing support programs has again achieved a year of industry growth.

PUBLIC RELATIONS

Communication continues to be an area of increasing importance as we enter the changing environment of the 90's. Again throughout the year the Agency increased its Producer Awareness program, and its ability to keep post-farm-gate sectors and governments informed of Agency initiatives. Our quarterly newsletter "Plume", the monthly newsletters in the Canada Poultryman and Provincial Producer meetings allowed us to keep our producers and industry partners up to date on GATT, the Domestic Policy Review, the harmonization resulting from CUSTA and the combined linkages of the foregoing issues.

RESEARCH

The Agency research programs cover three distinct areas; market research, nutrition and health, and production competitiveness.

Our research budget for all areas in 1990 was \$187,000.

Projects in regard to health and nutrition were awarded to the University of Montreal and the University of Saskatchewan, both for airsacculitis research; to the Veterinary Infectious Disease Organization for colisepticemia research and to the Agriculture Canada Research Station at Swift Current, Saskatchewan for the last phase of a housing environment study.

Market research by International Surveys Ltd. continued to track consumer preferences and buying habits specific to the grocery retail trade.

An independent initial study to develop the parameters of an expanded Management Information System was also undertaken.

Early in the year, contract research was undertaken to evaluate the competitiveness of the production sector.

THE EXTERNAL SCENE

CUSTA

1990 completed the second year of the Canada, U.S. Trade Agreement with tariffs now reduced to 70% of the 1988 level and the 1.5% increase in global import quota

being allocated to manufacturers of products not on the import control list. Harmonization efforts are continuing between Canada and the U.S. at what appears to be a slow pace.

We are now approaching the threshold of serious implications in terms of reduced tariffs and are only beginning to feel the full thrust of the deal as it applies to our industry. It should be noted that the final outcome of GATT and any three way North American deal could pose further implications and increased pressures on the domestic market. Currently, rationalization and integration is occurring in the poultry industry which will have an effect on producers. The members, throughout 1990 continued to analyze all potential impacts to keep the agency positioned within a viable industry framework.

GATT

As we entered 1990 it was expected the current round of GATT negotiations would be finalized by December and the potential implications to our system would be known.

However, the Ministerial meeting of the Uruguay Round in Brussels adjourned on December 7, 1990 without an agreement and agriculture remained the main stumbling block to progress. The three major issues in agriculture were; 1) internal support, 2) market access and, 3) export subsidies. Arthur Dunkel the Director General of the GATT immediately began a series of country meetings to find common ground to restart the negotiations and set a target date of January 15, 1991 to convene a meeting of GATT Ambassadors to review progress.

The Canadian position has not changed since December except for a lessening of expected reductions in internal support and export subsidies. From our perspective, we still need to be concerned with the final shape of Article XI, the final agreement on market access and any possibility of tariffication being employed. The members have and will continue to make sure our position is known to Canadian negotiators.

U.S., MEXICO, CANADA

During 1990 the Canadian government began reviewing the potential for involvement in a North American trilateral trade deal with the U.S. and Mexico.



EXECUTIVE REPORT

A review of government working papers and reports available from External Affairs indicates that some possible benefits to Canada and Canadian Agriculture exist in a trilateral trade deal. They also indicate some significant risks to Canada if a bilateral deal between only the U.S. and Mexico were to be implemented. It is expected that an announcement by the Federal Minister of Trade will be made early in 1991 confirming Canada's participation.

Again as in CUSTA and GATT the Agency will closely monitor any negotiations and communicate with producers on an ongoing basis to apprise them of any implications to our marketing system.

GROWING TOGETHER

The Minister of Agriculture's green paper "Growing Together" launched yet another set of priorities for 1990 by establishing a series of Task Forces to review Agriculture Policy and develop recommendations for a new Agri-Food industry to meet the challenges of the 90's.

Of major importance to our industry were the task forces for "Supply Management" and "Competitiveness and Value Added". Our Agency was represented on both task forces and as well presented an Agency position throughout their meeting schedules. The Task Force on Competitiveness tabled a report in latter 1990 while the Poultry Task Force is expected to table their final report by early March of 1991. The recommendations from both will cause some far reaching adjustments for both producers and related industry sectors if implemented as we now understand them. However, we believe common sense will prevail and those recommendations that would provide the required improvements for our entire industry will be the ones implemented. The Agency will undertake to assure this occurs.

OUTLOOK

Looking to 1991 and beyond we must be prepared to maintain an objective, proactive approach in adopting our administration and Production Management Policies to accommodate the many changes that will occur both domestically and internationally.

As the linkages and interrelationship of GATT-CUSTA- and "Growing Together" begin to surface we will experience a major change in how we will do business in the 90's. With the foresight of the members in directing the development of an enhanced Market Information System for the 90's that encompasses both the Production and Marketing goals of the Agency, we can be confident of a sound future.

Our sincere appreciation is extended to the Executive members, Directors, Alternates, Board Managers and Agency staff for their dedication to the Turkey Industry.

Respectfully submitted,



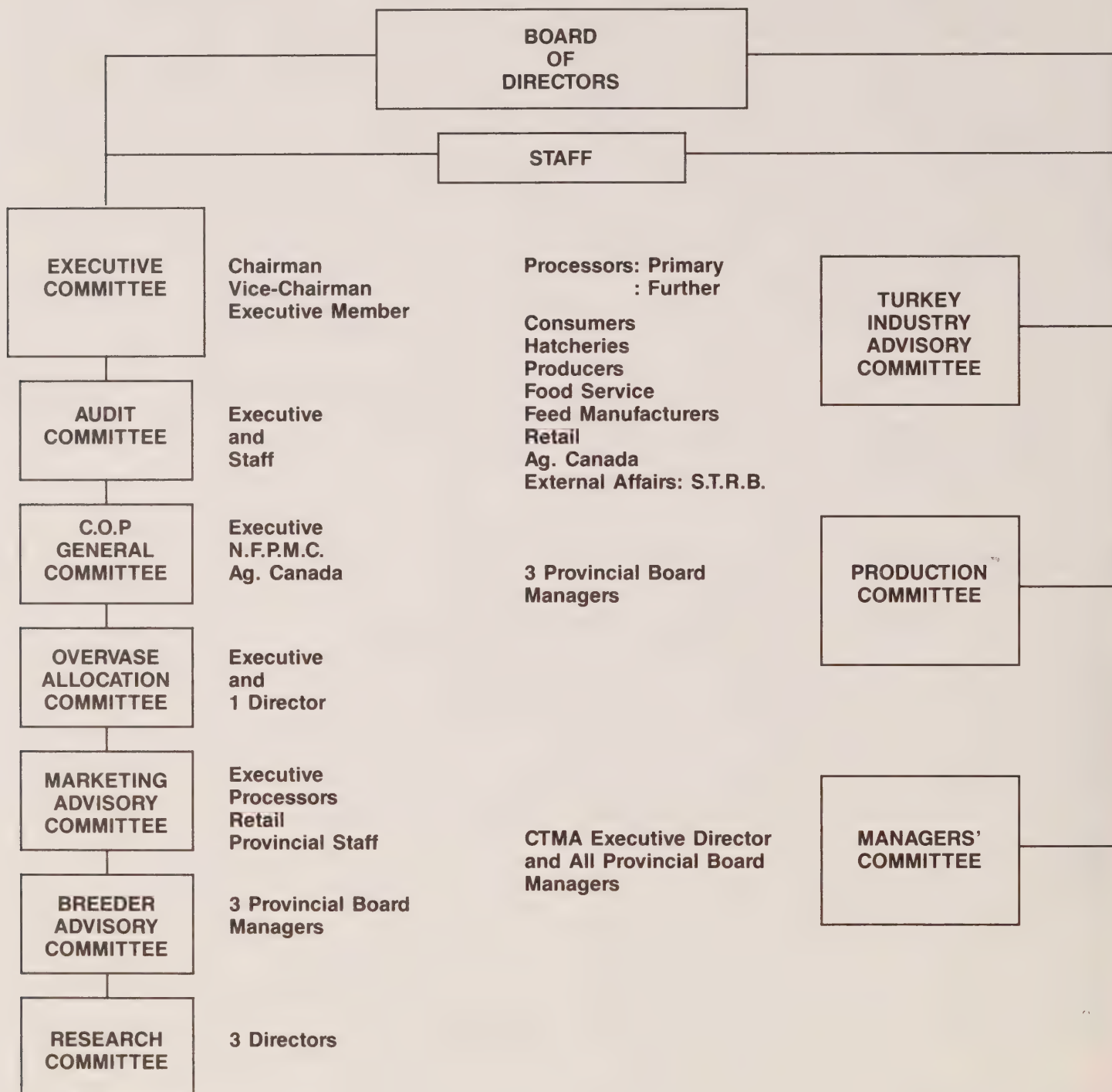
Lorne Bustin
Chairman



Ken Crawford
Executive Director



CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY COMMITTEES



POLICIES

PROVINCIAL QUOTA ALLOCATION POLICY

No amendments were made in the Provincial Quota Allocation Policy (June 1988) during 1990. The application of the policy, based on balancing anticipated market growth, industry infrastructures and comparative advantage of production, continued to generate well balanced quota allocations regionally and provincially.

PRODUCTION CLASSIFICATION PROCESS

Through industry, provincial board, agency consultations, provincial quota allocations are classified by category and time period. This process ensures that the production of live turkeys flows into the market in accordance with the unique characteristics of each provincial industry.

A classification penalty system was thoroughly discussed throughout 1990. The result is that by May 1, 1991, five of the eight member provinces will have implemented annual class penalties. The penalty systems combined with an improved consultative process will more fully ensure that production is balanced with market requirements, while maintaining the flexibility to address market developments.

PRODUCTION MANAGEMENT SYSTEM

In May 1990, CTMA prepared a discussion paper setting out two contracting options. As the turkey market becomes more complex in terms of product innovation, new market entrants, and wider retail and HRI acceptance, it is imperative that producers, primary processors and further processors coordinate their respective activities. The objectives of the Production Management System are to simultaneously ensure: product availability at known prices to further processors; product sale at known prices for primary processors; live turkey availability to primary processors when required. With industry concurrence, final development of this system will be a priority in 1991.

Also receiving attention in 1991, will be research on a mechanism by which to supply Canadian manufacturers of products not on the Import Control List. This is necessary as a consequence of the Canada-United States Trade Agreement. Conclusive research, undertaken by CTMA in 1990 in response to recommendations of the de Grandpré Report (Adjusting to Win, Advisory Council on Adjustment) will serve as the basis for this work.

BREEDING INDUSTRY POLICIES

With the exception of one minor amendment to the Multiplier Breeder Policy, it, and the Primary Breeder Policy

remained unchanged from 1989. Both policies ensure that the production of a turkey hatching eggs and poults are not constrained by quota limitations on the marketing of mature turkey breeders. Orderly marketing has been maintained, and growth has been accomplished. Spent breeder marketings, driven by domestic and export sales of turkey hatching eggs and poults, have risen from 4.3 million kg in 1987 to 6.2 million kg in 1990 - an increase of 44%. The benefit and progressiveness of these policies cannot be questioned.

EXPORT POLICY

Unchanged in 1990 relative to 1989, the CTMA Export Policy may require a comprehensive review in 1991, pending the delayed outcome of the Uruguay Round of GATT negotiations. The extent of change required to the policy will depend on the final agreement.

COST OF PRODUCTION

As of the end of 1990, the new Model Farm COP has been in place for one and a half years. On balance, this new approach has been viewed positively by producers, industry and critics alike.

In January 1990, producers on the COP Producer Panel commenced reporting selected production costs on a continuous flock-by-flock basis. The information submitted by the close to 60 panel participants will be used to verify the accuracy of the current COP, and identify areas where improvement is required in future COP studies. Formal analysis of 1990 source data will commence early in 1991.

YEAR-END CHANGE

The process of changing the quota year from the calendar year to May 1 - April 30, was largely completed in 1990. Regulations were amended as were the CTMA Promotion Agreement and Policies. April 30, 1991, will bring the completion of the transition. Indications from industry are that this has been a positive step forward in improving marketing flexibility and efficiency, particularly during the period of peak activity - December.

POLICY IN PERSPECTIVE

The policy items described above not only make supply management operable, but also determine how closely the quota system is in step with market realities. The CTMA policy framework has served this industry well.



MARKETING

Turkey consumption has shown a moderate but steady increase of over 30% since 1986. The inherent attributes of turkey meat (leanness, nutrient value) appeal to a society becoming more aware of their food intake and the impact it has on the quality of life.

The Canadian processors are investing in the industry, adjusting market strategies and product lines, in order to meet consumer demand for fresh, nutritious foods in keeping with the trend to healthy and more convenient meals.

The Agency's responsibility to encourage market growth is limited both by budget and by lack of control over product presentation and price at retail level. These limitations leave us with the opportunity to directly inform and encourage the foodservice industry which reaches a large mass of consumers and to provide support and resources to those who are in a better position to inform consumers directly (marketing boards, processors).

The CTMA Marketing Advisory Committee whose members include senior executives from all industry sectors, supervises the Agency marketing program. Projects are tailored to increase the year around usage of turkey in a very competitive market by capitalizing on the nutritional attributes of turkey.

HOTELS, RESTAURANTS, INSTITUTIONS.

The foodservice market, particularly the institutions, provide the year round stability for the turkey industry and much of the total market growth for turkey since 1986 has occurred in the H.R. & I. industry.

- A foodservice resource manual is in production for publication in 1991. The manual will provide chefs, cooks and teachers with information particular to turkey and turkey products including sections on cooking, handling, storing and food safety measures.
- The first in a series of institution recipes was released in October of this year. Quantity sized recipes for 20-24 servings have been researched and tested for appropriateness in the institution market.
- Three issues of "Today's Special Turkey" were produced and distributed through foodservice magazines, foodservice trade shows and processors. For institutions, a special information column has been added along with nutrient analysis of recipes.

- With CTMA support, the provincial boards managed six foodservice trade shows during the year. Foodservice personnel have indicated that the best sources of turkey product information are the trade shows and provincial turkey marketing boards.
- CTMA participated in the Canadian Dietetic Association National Conference in June. A professional representative is hired to operate the CTMA booth at the CDA Conference to provide information to Dietitians on the use of turkey.
- A trophy was provided for the best turkey entrée in the Taste of Canada competition sponsored by George Brown College in Toronto. This world class competition included teams from across Canada. George Brown College has earned international renown for chef training programs.
- The Agency undertook a co-op program with Catelli Foods. Catelli participated in 55 Canadian foodservice trade shows at which they demonstrated and distributed recipes for turkey and pasta. Partner promotions are both cost efficient and very effective.

SPRINGTIME TURKEY PROJECTS - MARCH TO JUNE 1990

- The media programs for spring were very effective. The large back lit shopping mall posters featuring turkey dishes for the four seasons provided a subtle, instant image. Television advertising included both local and national commercials over a six week period during April and May.

The National Stress Test was a one hour syndicated CTV network program which aired in May and featured Dr. Peter Hanson, the "Stress Doctor". One portion of the program was directed to healthy eating as a means of helping the body offset the negative impact of stress and featured turkey.

- The Canadian Dietetic Association's National Nutrition Month (March) which promotes "Healthy Eating", is co-sponsored by CTMA. Association with the dietitians has provided the needed emphasis for the healthy qualities of turkey. Four hundred thousand brochures which featured a turkey meal were distributed - many to retailers at their request. This co-op venture serves to inform dietitians who are the decision makers in the institutional market and also influence consumers through clinical advice.



MARKETING

- In order to coordinate industry activity with the media advertising and with Nutrition Month, a sales brochure was produced and distributed to processors and further processors. The generic kit explained all of the activities taking place for the Springtime Turkey promotion and was used by the processors in their contact with retailers.

PUBLIC RELATIONS

- Publications such as "PLUME", "Marketing Turkey in Canada", and "Today's Special Turkey" are designed to convey timely information to recipients. CTMA'S monthly column in the Canada Poultryman, our turkey industry video, and involvement in the Agriculture In The Classroom activities serve to extend the information to additional audiences.

- CTMA along with other supply managed organizations is also active in the Canadian Federation of Agriculture (CFA) Supply Management Committee (SMC). The SMC addresses issues of common concern to all participating groups - the FTA, GATT, domestic agricultural policies, animal welfare, food safety, and public relations in general.

FUTURE PLANS

In 1991, the support programs and foodservice initiatives will be continued while the Agency develops a marketing strategy for the next decade.

MARKET SUPPLY AND DEMAND

SUPPLY

Total Production exceeded that of 1989 by 8.7 million kg or 7.3%. Broiler and hen production was down by 1.4 million kg while over 8 kg production posted a 10.1 million kg increase over the previous year.

Grade A wholesale prices for Broilers and Hens declined for the first six months then strengthened throughout the remainder of the year, likely a result of lower production levels. The increase in Tom production was reflected in the significant decline in wholesale prices.

The Live Grade A price for all categories generally declined over the year, reflecting lower feed costs.

DEMAND

Preliminary data indicates total disappearance to be 2.4% higher than in 1989. The Under 8 kg category was down by 7.2%, while the Over 8 kg category noted a 16.1% increase in disappearance, reflecting an increase in demand for value-added products.

IMPORTS

Imports of live toms and deboned meat accounted for the majority of global imports this year. There were 148 thousand kg of product brought in under supplementary permits in 1990. Although this is up marginally from the

previous two years, it continues to demonstrate the ability of the domestic industry to fulfill Canadian requirements.

CLASSIFICATION

In order to facilitate a change in year-end from December 31st to April 30th, a 16 month control period, starting January 1, 1990 and ending April 30, 1991, was put into effect. Since the control period has not ended, only the performance of the first three periods can be discussed.

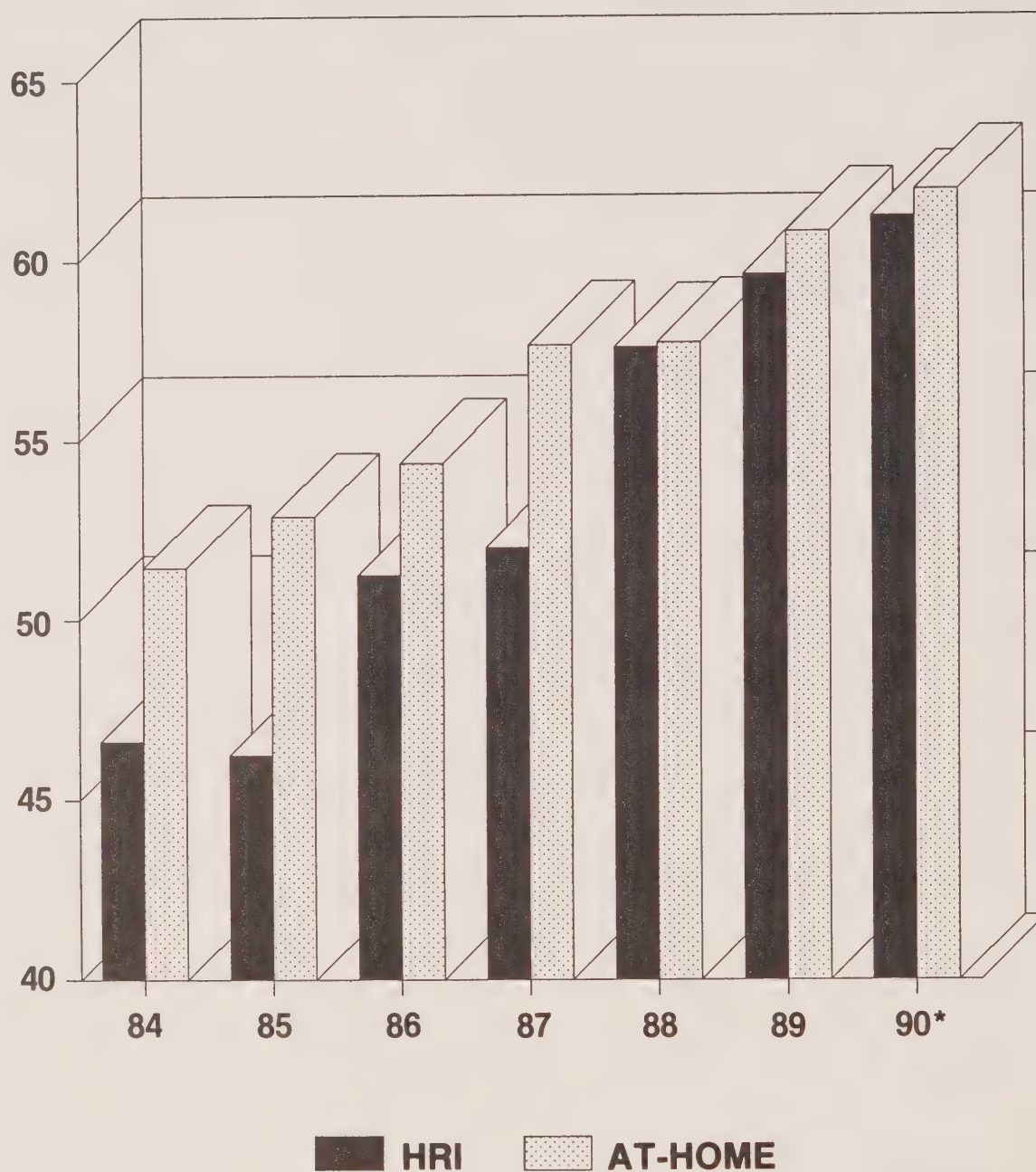
Under 8 production in the first two periods have exceeded the target by 3.0 million kg and 1.9 million kg respectively, whereas Period III production fell 2.5 million kg short of the target. Over 8 production was below the target by approximately 1.7 million kg in Period I, exceeded the target by 575 thousand kg in Period II and fell short of the target once again in Period III by 1.4 million kg. Total production for both weight categories for the first three periods was very close to the total targeted production.

The preliminary production quota for the May 1, 1991 to April 30, 1992 control period has been set at 131.6 million kg, of which 127.0 million kg will be classified by Under 8 kg and Over 8 kg production, and by period in order to fulfill domestic requirements.



MARKET SUPPLY AND DEMAND

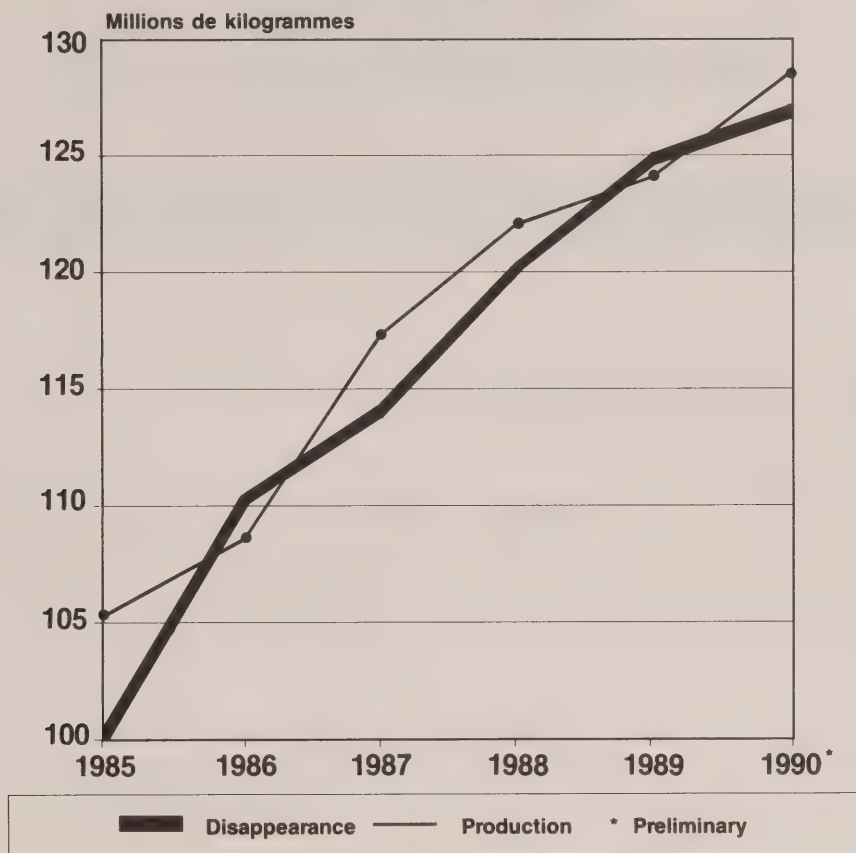
HRI vs AT-HOME MARKET GROWTH
IN MILLIONS OF KG



* preliminary



TURKEY PRODUCTION AND DISAPPEARANCE 1985 TO 1989



CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION (Thousands of eviscerated kilograms)

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
BRITISH COLUMBIA	7,895	9,113	8,351	9,949	10,444	7,260	8,610	8,914	8,782	9,209	9,422
ALBERTA	7,755	7,730	7,767	8,509	7,686	6,947	7,348	7,552	6,563	8,121	8,660
SASKATCHEWAN	3,524	3,057	3,331	3,729	3,867	2,964	3,225	3,328	3,627	3,671	3,705
MANITOBA	7,840	7,953	7,496	7,781	8,573	5,667	7,537	8,023	7,252	8,233	7,795
ONTARIO	41,163	38,798	36,659	39,016	41,808	37,149	40,151	40,929	39,270	45,302	42,053
QUEBEC	22,810	26,289	23,724	27,162	28,068	19,982	20,398	22,048	20,312	23,966	23,863
NEW BRUNSWICK	468	252	196	329	670	594	972	1,088	1,026	1,072	1,045
NOVA SCOTIA	816	741	927	1,206	1,408	1,258	1,440	1,765	1,343	1,874	1,933
CANADA	92,271	93,933	88,451	97,681	102,524	81,821	89,681	93,647	88,175	101,448	98,476

(Thousands of eviscerated kilograms)

	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990*
BRITISH COLUMBIA	8,429	9,344	8,389	8,713	9,556	10,113	10,868	12,180	11,949	12,897
ALBERTA	7,723	7,623	7,734	8,457	8,417	8,442	9,687	9,745	9,519	11,367
SASKATCHEWAN	3,338	3,785	3,709	3,780	3,838	3,994	4,336	4,305	4,428	4,970
MANITOBA	7,267	7,751	7,337	7,331	7,847	8,044	8,551	8,879	8,922	9,905
ONTARIO	41,231	41,560	43,266	41,750	43,167	44,756	49,608	50,591	52,062	54,351
QUEBEC	22,003	22,765	22,335	22,276	24,305	24,253	26,033	26,681	27,366	28,834
NEW BRUNSWICK	1,091	1,169	1,020	1,178	1,276	1,307	1,621	1,962	2,040	2,402
NOVA SCOTIA	1,725	1,667	1,872	1,588	1,767	2,109	2,876	3,074	3,124	3,356
CANADA	92,807	95,664	95,662	95,073	100,173	103,018	113,580	117,417	119,410	128,082

* PRELIMINARY



**THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1990**

AUDITORS' REPORT

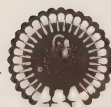
To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of the Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1990 and the statements of equity, operations and changes in financial position for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the agency as at December 31, 1990 and the results of its operations and changes in its financial position for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Guelph, Ontario
January 17, 1991

Robinson Lott & Brohman
Robinson, Lott and Brohman
Chartered Accountants



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1990

	1990	1989
EQUITY, beginning of year	\$ 695,719	\$ 516,573
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE for the year	<u>457,599</u>	<u>179,146</u>
EQUITY, end of year	<u>\$ 1,153,318</u>	<u>\$ 695,719</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
DECEMBER 31, 1990

ASSETS

CURRENT	1990	1989
Bank	\$ 168,283	\$ 337,344
Short term investments (note 2)	461,606	0
Accounts receivable (note 3)	404,588	311,032
Prepaid expenses (note4)	<u>90,777</u>	<u>54,948</u>
	1,125,254	703,324
FIXED (note 5)	<u>117,883</u>	<u>129,742</u>
	<u>\$1,243,137</u>	<u>\$833,066</u>

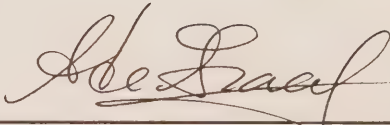
LIABILITIES

CURRENT		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 89,819	\$ 137,347
EQUITY	<u>1,153,318</u>	<u>695,719</u>
	<u>\$1,243,137</u>	<u>\$ 833,066</u>

see accompanying notes

Approved on behalf of the Board

 
 Lorne Bustin DIRECTOR


 Adrian de Graaf DIRECTOR



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1990

	1990	1989
REVENUE		
Producer levies	\$ 2,017,430	\$ 1,889,095
Interest and licences	<u>67,634</u>	<u>15,224</u>
	<u>2,085,064</u>	<u>1,904,319</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Other administrative (schedule 1)	281,228	442,132
Remuneration to officers and staff (schedule 1)	413,375	371,102
Directors and staff travel (schedule 1)	<u>317,728</u>	<u>262,113</u>
	<u>1,012,331</u>	<u>1,075,347</u>
PROMOTION		
GENERAL		
Hotel, restaurant and institutional promotion	188,225	155,334
Sales promotion (schedule 1)	<u>327,414</u>	<u>335,194</u>
	<u>515,639</u>	<u>490,528</u>
PUBLIC RELATIONS (schedule 1)	<u>43,028</u>	<u>41,029</u>
MARKETING AND DEVELOPMENT		
Market research	64,763	60,810
Promotion committees	7,048	5,763
Advertising in Farm Papers Ltd.	19,058	19,155
Canadian Federation of Agriculture	22,807	21,315
Turkey research	<u>81,939</u>	<u>45,946</u>
	<u>195,615</u>	<u>152,989</u>
	<u>754,282</u>	<u>684,546</u>
	<u>1,766,613</u>	<u>1,759,893</u>
REVENUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>318,451</u>	<u>144,426</u>
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (note 7)	<u>139,148</u>	<u>34,720</u>
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE for the year	\$ <u>457,599</u>	\$ <u>179,146</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

SCHEDULE OF EXPENSES

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1990

	1990	1989
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 8,313	\$ 12,818
TRADE: CUSTA/GATT	36,078	0
Contract projects	300	232,760
External consulting	35,253	0
Audit	6,600	6,600
Telephone and telex	16,113	14,588
Office supplies and expense	33,974	29,640
Postage and courier	3,295	2,456
Turkey Industry Advisory Committee	16,801	14,251
Insurance	806	572
Translations	5,533	7,874
Sundry administration	4,455	5,248
Depreciation	43,258	43,860
Office contract services	0	2,415
Rent, taxes and utilities	69,477	67,396
Interest expense/Bank charges	972	1,654
	<u>\$ 281,228</u>	<u>\$ 442,132</u>
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$ 320,433	\$ 292,689
Directors' fees	47,275	39,875
Employee benefits	45,667	38,538
	<u>\$ 413,375</u>	<u>\$ 371,102</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$ 229,515	\$ 186,418
Staff travel	67,558	57,684
Meeting rooms	19,572	17,046
Travel insurance	1,083	965
	<u>\$ 317,728</u>	<u>\$ 262,113</u>
SALES PROMOTION		
Trade shows	\$ 20,203	\$ 19,799
Recipe book	0	73,173
Food Service Manual	13,000	0
Sundry promotion	10,815	6,529
Retail and consumer	283,396	235,693
	<u>\$ 327,414</u>	<u>\$ 335,194</u>
PUBLIC RELATIONS		
Plume	\$ 27,727	\$ 27,851
Annual Report	11,521	13,178
Sundry	3,780	0
	<u>\$ 43,028</u>	<u>\$ 41,029</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1990

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

DEPRECIATION

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment, 30% per annum for the computer equipment and automobile and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. SHORT TERM INVESTMENTS

Short term investments consist of the following:

Term Deposits	\$ 351,736
CIBC Money Market fund	<u>109,870</u>
	<u>\$ 461,606</u>

3. ACCOUNTS RECEIVABLE

The accounts receivable consist of:

	1990	1989
Producer levies	\$ 380,752	\$ 308,421
Accrued interest	<u>23,836</u>	<u>2,611</u>
	<u>\$ 404,588</u>	<u>\$ 311,032</u>

4. PREPAID EXPENSES

The prepaid expenses consist of:

	1990	1989
Promotion	\$ 86,369	\$ 52,195
Insurance	2,909	2,753
Travel advance	258	0
Other	<u>1,241</u>	<u>0</u>
	<u>\$ 90,777</u>	<u>\$ 54,948</u>

The prepaid promotion relates to the 1991 campaign.



...continued

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1990

5. FIXED ASSETS

	ASSET COST	ACCUMULATED DEPRECIATION	1990 NET BOOK VALUE	1989 NET BOOK VALUE
Automobile	\$ 32,085	\$ 9,625	\$ 22,460	\$ 12,844
Computer equipment	121,902	82,048	39,854	46,607
Furniture and equipment	99,775	63,591	36,184	43,400
Leasehold improvements	<u>47,496</u>	<u>28,111</u>	<u>19,385</u>	<u>26,891</u>
	\$ <u>301,258</u>	\$ <u>183,375</u>	\$ <u>117,883</u>	\$ <u>129,742</u>

6. LEASE COMMITMENT

The agency is committed under several leases for office premises and equipment to pay the following:

1991	\$ 89,720
1992	72,215
1993	<u>40,808</u>
	\$ <u>203,743</u>

7. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the agency as a result of the overproduction of turkey meat by some of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 1989 calendar year. The agency records these overproduction contributions when the funds are received and not on an accrual basis. These funds are considered to be a contingent asset until finalized because of force majeure provision claims, adjustments to the Canada Department of Agriculture statistics or any other adjustments the agency feels are justified.

8. COMPARATIVE FIGURES

The 1989 comparative figures have been restated where necessary to conform with the 1990 presentation.



5. IMMOBILISATIONS

6. BAIL DE LOCATION

7. PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION

8. CHIFFRES COMPARATIFS

Les Chiffres Comparatifs de 1989 ont été répétées lorsque nécessaires afin d'être en conformité avec la présentation de 1990.

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1990

1. CONVENTIONS COMPTABLES D'OPÉRATIONS

L'Office canadien de commercialisation du dindon est un office constitué en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme (Canada) pour favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie fortes, efficaces et concurrentielles pour la commercialisation des dindons au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organismes sans but lucratif. Les pratiques sont les suivantes:

- (a) IMMOBILISATIONS
Les immobilisations sont capitalisées au prix d'acquisition. Toutes les dépenses de réparation et d'entretien sont rapportées dans l'année où elles-ci sont contractées.
- (b) DÉPRÉCIATION
La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode d'amortissement décroissant pour l'équipement de bureau à 20% par année, 30% par année pour l'ordinateur et l'automobile, et selon la méthode de l'amortissement linéaire pour toutes améliorations locales pendant le terme de cinq ans.
- (c) Placements à court terme. Les placements à court terme se rapportent sur le plus bas des coûts ou/la valeur du marché.

2. PLACEMENTS À COURT TERME

Les placements à court terme consistent en:
Dépôts à court terme
Fonds marchés monétaires, CIBC
461 606 \$
109 870
351 736 \$

3. COMPTES À RECEVOIR

Les comptes à recevoir consistent en:
Redevances des producteurs
Intérêt couru

1990	380 752 \$	23 836
1989	308 421 \$	2 611
		<u>311 032 \$</u>

3. DÉPENSES PRÉPAYÉES

Les dépenses prépayées consistent en:
Promotion
Assurance
Avance pour déplacement
Autre

1990	86 369 \$	2 909	1 241
1989	52 195 \$	2 753	0
		0	<u>90 777 \$</u>

La promotion prépayée se rapporte à la campagne de 1991

54 948 \$



ANNEXE 1 ÉTAT DES DÉPENSES POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1990 1989 1990

1989	1990
12 818 \$	8 313 \$
0	36 078
232 760	300
0	35 253
6 600	6 600
14 588	16 113
29 640	33 974
2 456	3 295
14 251	16 801
572	806
7 874	5 553
5 248	4 455
43 860	43 258
2 415	0
67 396	69 477
1 654	972
442 132 \$	281 228 \$
292 689 \$	320 433 \$
39 875	47 275
38 538	45 667
371 102 \$	413 375 \$
186 418 \$	229 515 \$
57 684	67 558
17 046	19 572
965	1 083
262 113 \$	317 728 \$
19 799 \$	20 203 \$
73 173	0
0	13 000
6 529	10 815
235 693	283 396
335 194 \$	327 414 \$
27 851 \$	27 727 \$
13 178	11 521
0	3 780
41 029 \$	43 028 \$

voir notes ci-jointes



L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON ÉTAT DES OPÉRATIONS POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1990

REVENUS	1990	1989
Redevances des producteurs	2 017 430 \$	1 889 095 \$
Intérêts et permis	67 634	15 224
	<u>2 085 064</u>	<u>1 904 319</u>

DÉPENSES	1990	1989
ADMINISTRATION	281 228	442 132
Autres dépenses administratives (Annexe 1)	413 375	371 102
Rémunération des directeurs et du personnel (Annexe 1)	317 728	262 113
Frais de voyage des directeurs et du personnel (Annexe 1)	<u>1 012 331</u>	<u>1 075 347</u>

PROMOTION GÉNÉRAL	1990	1989
Promotion aux hôtels, restaurants et institutions	188 225	155 334
Campagnes de vente (Annexe 1)	327 414	335 194
	<u>515 639</u>	<u>490 528</u>

RELATIONS PUBLIQUES (Annexe 1)	1990	1989
--------------------------------	------	------

COMMERCIALISATION ET DÉVELOPPEMENT	1990	1989
Étude du marché	64 763	60 810
Comités de promotion	7 048	5 763
Publicité dans les revues agricoles	19 058	19 155
Fédération canadienne de l'agriculture	22 807	21 315
Recherche	81 939	45 946
	<u>195 615</u>	<u>152 989</u>
	<u>754 282</u>	<u>684 546</u>

REVENUS DE L'ADMINISTRATION ET DE LA PROMOTION	1990	1989
--	------	------

PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION (note 7)	1990	1989
-------------------------------------	------	------

EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES pour l'année	1990	1989
--	------	------

voir notes ci-jointes



L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON BILAN AU 31 DÉCEMBRE 1990

ACTIF

1990	1989
168 283 \$	337 344 \$
461 606	0
404 588	311 032
90 777	54 948
1 125 254	703 324
117 883	129 742
1 243 137 \$	833 066 \$
IMMOBILISATIONS (note 5)	
Placements à court terme (note 2)	
Banque	
Comptes à recevoir (note 3)	
Dépenses prépayées (note 4)	
À COURT TERME	

voir notes ci-jointes

Approuvé au nom du Conseil d'administration

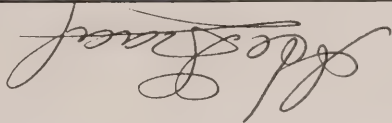
DIRECTEUR

Lorne Bustin



Adrian de Graaf

DIRECTEUR




L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTATS DU SOLDE DU FONDS
AU 31 DÉCEMBRE 1990

1990	1989
SOLDE DU FONDS, au début de l'exercice	695 719 \$
EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES pour l'année	457 599
SOLDE DU FONDS, à la fin de l'exercice	1 153 318 \$
	695 719 \$

voir notes ci-jointes



L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTATS FINANCIERS
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1990

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux membres de
l'Office canadien de commercialisation du dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office canadien de commercialisation du dindon au 31 décembre 1990, ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

À notre avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de l'Office, au 31 décembre 1990, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

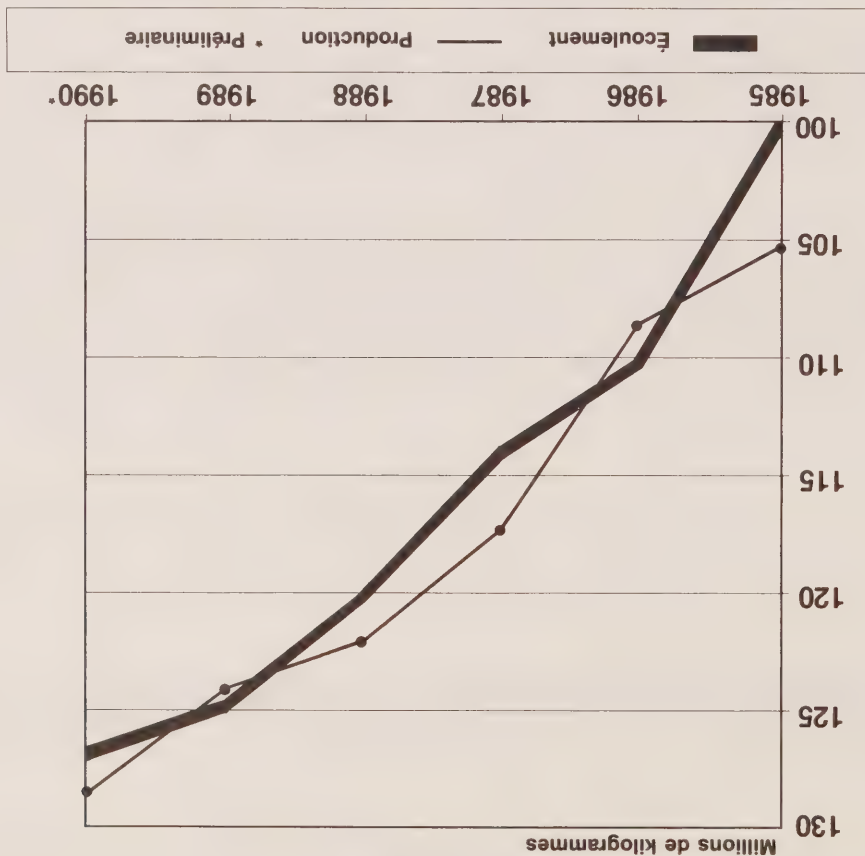
Robinson, Lott & Brohman
Robinson, Lott & Brohman
Comptables agréés

Guelp, Ontario
Le 17 janvier 1991



PRODUCTION ET ÉCOULEMENT DU DINDON

1985 - 1990



PRODUCTION HISTORIQUE CANADIENNE DU DINDON (milliers de kilogrammes de dindon éviscéré)

1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
CANADA	92,271	93,933	88,451	97,681	102,524	81,821	89,681	93,647	88,175	101,448
NOUVEAU-BRUNSWICK	468	252	196	329	670	594	972	1,088	1,026	1,072
QUEBEC	22,810	26,289	23,724	27,162	28,068	19,982	20,398	22,048	20,312	23,966
ONTARIO	41,163	38,798	36,659	39,016	41,808	37,149	40,151	40,929	39,270	45,302
MANITOBA	7,840	7,953	7,496	7,781	8,573	5,667	7,537	8,023	7,252	8,233
SASKATCHEWAN	3,524	3,057	3,331	3,729	3,867	2,964	3,225	3,328	3,627	3,671
ALBERTA	7,755	7,730	7,767	8,509	7,686	6,947	7,348	7,552	6,563	8,121
COLUMBIE-BRITANNIQUE	7,895	9,113	8,351	9,949	10,444	7,260	8,610	8,914	8,782	9,209
1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990*	
CANADA	92,271	93,933	88,451	97,681	102,524	81,821	89,681	93,647	88,175	101,448
NOUVEAU-BRUNSWICK	468	252	196	329	670	594	972	1,088	1,026	1,072
QUEBEC	22,810	26,289	23,724	27,162	28,068	19,982	20,398	22,048	20,312	23,966
ONTARIO	41,163	38,798	36,659	39,016	41,808	37,149	40,151	40,929	39,270	45,302
MANITOBA	7,840	7,953	7,496	7,781	8,573	5,667	7,537	8,023	7,252	8,233
SASKATCHEWAN	3,524	3,057	3,331	3,729	3,867	2,964	3,225	3,328	3,627	3,671
ALBERTA	7,755	7,730	7,767	8,509	7,686	6,947	7,348	7,552	6,563	8,121
COLUMBIE-BRITANNIQUE	7,895	9,113	8,351	9,949	10,444	7,260	8,610	8,914	8,782	9,209

(milliers de kilogrammes de dindon éviscéré)

1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990*	
CANADA	92,807	95,664	95,662	95,073	100,173	103,018	113,580	117,417	119,410	128,082
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,725	1,667	1,872	1,588	1,767	2,109	2,876	3,074	3,124	3,356
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,091	1,169	1,020	1,178	1,276	1,307	1,621	1,962	2,040	2,402
QUEBEC	2,003	22,765	22,335	22,276	24,305	24,253	26,033	26,681	27,366	28,834
ONTARIO	1,231	41,560	43,266	41,750	43,167	44,756	49,608	50,591	52,062	54,351
MANITOBA	7,267	7,751	7,337	7,331	7,847	8,044	8,551	8,679	8,922	9,905
SASKATCHEWAN	3,338	3,785	3,709	3,780	3,838	3,994	4,336	4,305	4,428	4,970
ALBERTA	7,723	7,623	7,734	8,457	8,417	8,442	9,687	9,745	9,519	11,367
COLUMBIE-BRITANNIQUE	8,429	9,344	8,389	8,713	9,556	10,113	10,868	12,180	11,949	12,897

* PRÉLIMINAIRE



APPROVISIONNEMENT ET DEMANDE DU MARCHÉ

APPROVISIONNEMENT

La production totale a dépassé de 8,7 millions de kg, soit 7,3%, celle de 1989. La production de dindons à griller et de dindons femelles a diminué de 1,4 million de kg, alors que la production d'oiseaux de plus de 8 kg, a affiché une augmentation de 10,1 millions de kg sur l'année précédente.

Les prix de gros de la catégorie A pour des dindons à griller et des dindons femelles ont décliné durant les six premiers mois puis se sont raffermis durant tout le reste de l'année, résultat probable de niveaux de production inférieurs. L'augmentation de la production de dindons mâles s'est reflétée dans la baisse significative des prix de gros.

Le prix des dindons vivants de catégorie A, pour tous les types, a généralement décliné au cours de l'année, reflétant des coûts d'alimentation animale plus bas.

DEMANDE

Les données préliminaires indiquent que l'écoulement total serait de 2,4% plus élevé que celui de 1989. L'écoulement des oiseaux de moins de 8 kg a diminué de 7,2%, alors que celui des oiseaux de plus de 8 kg a augmenté de 16,1%, reflétant une augmentation de la demande de produits à valeur ajoutée.

IMPORTATIONS

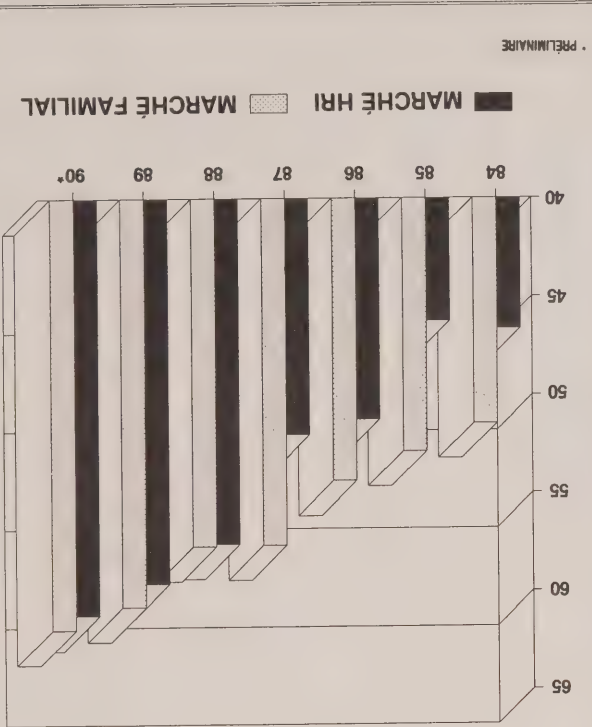
Les importations de dindons mâles vivants et de viande déossée représentaient la majorité des importations globales de l'année. 148,000 kg de produit ont été importés, moyennant des permis d'importations supplémentaires, en 1990. Bien que ce chiffre soit marginalement supérieur à celui des deux années précédentes, il continue à démontrer la capacité de l'industrie canadienne à répondre aux besoins intérieurs.

CLASSIFICATION

Afin de faciliter le changement de date de fin d'année, qui du 31 décembre passe au 30 avril, une période réglementaire transitoire de 16 mois, commençant le 1er janvier 1990 et se terminant le 30 avril 1991, a été instituée. Cette période n'étant pas terminée, seuls les résultats des trois premières périodes peuvent être analysés.

La production d'oiseaux de moins de 8 kg dans les deux premières périodes a dépassé l'objectif fixé de 3

CROISSANCE DU MARCHÉ HRI vs FAMILIAL
EN MILLIONS DE KG



millions de kg et 1,9 million de kg pour chaque période respective, alors que la production dans la Période III a été inférieure de 2,5 millions de kg à l'objectif fixé. La production d'oiseaux de plus de 8 kg a été inférieure à l'objectif fixé d'environ 1,7 million de kg dans la Période I, a dépassé cet objectif de 575,000 kg dans la Période II, et a de nouveau diminué de 1,4 million de kg dans la Période III. La production totale pour les deux catégories de poids durant les trois premières périodes était très proche de la production totale visée. Le contingent préliminaire de production pour la période réglementaire du 1er mai 1991 au 30 avril 1992 a été fixé à 131,6 millions de kg, dont 127 millions de kg seront classifiés par catégories de production d'oiseaux de moins de 8 kg et de plus de 8 kg, de même que par périodes, afin de pouvoir répondre aux besoins intérieurs.



- Quatre cent mille dépliantes comportant un mets à base de dinde furent distribués - nombre d'entre eux aux détaillants, à leur demande. Cette entreprise conjointe sert à informer les diététiciens qui sont les décisionnaires du marché institutionnel et qui influencent également les consommateurs par leurs avis éclairés.

- Afin de coordonner les activités de l'industrie avec la publicité dans les médias et avec le Mois de la Nutrition, une brochure commerciale fut créée et distribuée aux transformateurs primaires et secondaires. Cette documentation expliquait toutes les activités de la promotion de la Dinde printanière et fut utilisée par les transformateurs dans leurs rapports avec les détaillants.

RELATIONS PUBLIQUES

Des publications telles que "PLUME", "La commercialisation du dindon au Canada", et "La dinde au goût du jour" sont conçues pour fournir des renseignements opportuns à leurs destinataires. Le communiqué mensuel de l'OCCD dans l'Aviculteur canadien, notre vidéocassette sur l'industrie du dindon et notre participation au programme de l'Agriculture en classe, contribuent à informer un public supplémentaire.

L'OCCD, conjointement avec les autres organismes de gestion des approvisionnements, collabore également au Comité de la gestion des approvisionnements (CGA) de la Fédération canadienne de l'agriculture (FCA). Le CGA traite les questions d'intérêt commun à tous les groupes participants - l'Accord de libre-échange, le GATT, les politiques agricoles intérieures, la protection animale, la sécurité alimentaire et les relations publiques en général.

PROJETS FUTURS

En 1991, les initiatives et les programmes de soutien des services alimentaires continueront, tandis que l'Office élaborera une stratégie commerciale pour la prochaine décennie.

- Un représentant professionnel était chargé de tenir le kiosque de l'OCCD à la Conférence de l'ACD, afin de procurer aux diététiciens les renseignements sur l'utilisation de la dinde.

- Un trophée fut décerné pour le meilleur mets à base de dinde au concours Taste of Canada parrainé par le Collège George Brown de Toronto. À ce concours de classe mondiale, participaient des équipes de tout le Canada. Le Collège George Brown est mondialement réputé pour ses programmes de formation de chefs cuisiniers.

L'Office entreprit un programme collectif avec Catelli Foods. La compagnie Catelli a participé à 55 salons canadiens de la restauration, durant lesquels eurent lieu des démonstrations et des distributions de recettes à base de dinde et de pâtes. Les promotions conjointes sont à la fois rentables et très efficaces.

PROMOTION PRINTANIÈRE DE LA DINDE — MARS À JUIN 1990

- Les programmes printaniers dans les médias ont été très efficaces. Les grandes affiches lumineuses dans les galeries marchandes, représentant des mets à base de dinde pour les quatre saisons, transmettent une image subtile, instantanément convaincante. La publicité télévisée comprenait des annonces locales et nationales diffusées sur une période de six semaines durant avril et mai.

Un programme-circuit d'une heure du réseau CTV, The National Stress Test, fut diffusé en mai; il mettait en vedette le Dr Peter Hanson, le "Docteur du stress". Une partie du programme était consacrée à une saine alimentation comme moyen d'aider l'organisme à lutter contre l'impact nocif du stress, et des mets à base de dinde y étaient présentés.

- Le Mois national de la Nutrition (mars) de l'Association canadienne des diététistes, qui prône une "saine alimentation", est coparrainé par l'OCCD. Cette collaboration avec les diététistes a renforcé la présentation des saines qualités de la viande de dinde.



PERSPECTIVE SUR LES POLITIQUES

durant la période de pointe - décembre.

l'efficacité de la commercialisation, particulièrement

de l'OCCD a bien servi cette industrie.

avec les réalités du marché. Le cadre des politiques

mesure le système de contingentement est harmonisé

praticable, mais déterminent également dans quelle

seulement la gestion des approvisionnements

Les politiques décrites ci-dessus ne rendent pas

l'accroissement total du marché du dindon depuis 1986

est produite dans l'industrie H.R.I.

Un manuel de ressources pour les services

alimentaires, les institutions en particulier, est en

cours de rédaction pour publication en 1991. Il

procure aux chefs, cuisiniers et professeurs les

renseignements spécifiques sur le dindon et ses

produits, y compris des chapitres sur la cuisson, la

manutention, l'entreposage et les mesures de

sécurité alimentaire.

Les premières cartes-recettes d'une série destinée

aux institutions furent distribuées en octobre 1990.

Ces recettes, calculées pour donner 20 à 24 portions,

ont été étudiées et testées pour leur appropriation

au marché institutionnel.

Trois numéros de "La dinde au goût du jour" ont été

publiés et distribués par l'intermédiaire, des

magazines spécialisés, des salons professionnels de

la restauration, et des transformateurs. Une rubrique

spéciale a été ajoutée à l'intention des institutions,

avec des analyses nutritionnelles accompagnant les

recettes.

Grâce à l'appui de l'OCCD, les offices provinciaux

ont dirigé six salons professionnels de la restauration

durant l'année. Les membres du personnel des

services alimentaires ont indiqué que leurs meilleures

sources de renseignements sur les produits sont les

salons professionnels et les offices provinciaux de

commercialisation du dindon.

L'OCCD a participé en juin à la Conférence nationale

de l'Association canadienne des diététistes.

MARKETING

Le processus de modification des dates de l'année de
contingentement, qui s'écoulera désormais du 1er mai
au 30 avril, et non du 1er janvier au 31 décembre,
l'année civile, a été largement accompli en 1990. Les
réglements ont été amendés, come l'ont été l'Entente
de promotion et les politiques de l'OCCD. Le 30 avril
1991 marquera la fin de la transition. Des indices
émanant de l'industrie dénotent que ce changement
a été une mesure positive pour améliorer la flexibilité et

La consommation de dindon a montré une
augmentation modérée mais stable de plus de 30%
depuis 1986. Les qualités inhérentes de la dinde (viande
maigre, nutritive) plaisent à un public devenant plus
conscient de la nutrition et de son impact sur la qualité
de la vie.

Les transformateurs canadiens investissent dans cette
industrie, et adaptent leurs stratégies commerciales et
leurs lignes de produits de façon à répondre à la
demande des consommateurs recherchant des produits
sains, nutritifs, selon la tendance d'une alimentation à

La responsabilité qu'a l'Office de favoriser la croissance
du marché est limitée à la fois par son budget et par
le défaut de contrôle sur la présentation et le prix des
produits au niveau du détail. Ces restrictions nous
incitent à diriger nos renseignements et nos
encouragements vers l'industrie des services
alimentaires qui touche une large masse de
consommateurs, et à procurer notre soutien et nos
ressources à ceux qui sont les mieux placés pour
informer directement les consommateurs (offices de

Le Comité consultatif sur le marketing de l'OCCD, dont
les membres comprennent des cadres supérieurs de
tous les secteurs de l'industrie, supervise le programme
de marketing de l'Office.
Les projets sont conçus spécialement pour accroître la
consommation de la dinde tout au long de l'année dans
un marché très concurrentiel, en tirant parti des qualités
nutritionnelles de cette viande.

HÔTELS, RESTAURANTS, INSTITUTIONS

Le marché des services alimentaires, des institutions
en particulier, procure à l'industrie du dindon la stabilité



POLITIQUE D'ATTRIBUTION DES CONTINGENTS PROVINCIAUX

Aucun amendement n'a été apporté à la Politique d'attribution des contingents provinciaux (juin 1988) durant 1990. L'application de la politique, basée sur la conciliation de la croissance anticipée du marché, des infrastructures de l'industrie et de l'avantage comparé de la production, a continué à engendrer des attributions de contingent bien équilibrées, régionalement et provincialement.

CLASSIFICATION DE LA PRODUCTION

Au moyen de consultations entre l'industrie, les offices provinciaux et l'Office, les attributions provinciales de contingent sont classées par catégorie et période. Ce procédé assure que la production de dindons vivants s'écoule vers le marché de façon à répondre aux besoins caractéristiques respectifs de chaque province.

Un système de pénalisation par catégorie a été discuté en détail durant 1990. Le résultat est que d'ici le 1er mai 1991, cinq des huit provinces membres auront institué un système de pénalisation par catégorie. Ce système, combiné à un processus consultatif amélioré, assurera pleinement que la production soit équilibrée avec les besoins du marché, tout en maintenant la flexibilité nécessaire pour répondre à son développement.

GESTION DE LA PRODUCTION

En mai 1990, l'OCCD a préparé un document de travail énonçant deux options contractuelles. Le marché du dindon devenant plus complexe en matière d'innovation de produits, nouveaux participants et acceptation plus large tant au détail que dans le secteur HRI, il est essentiel que les producteurs, transformateurs primaires et transformateurs secondaires coordonnent leurs activités respectives. Les objectifs du système de gestion de la production sont d'assurer simultanément l'approvisionnement de produit à des prix connus aux transformateurs secondaires, la vente de produit à des prix connus aux transformateurs primaires et d'assurer la mise au point finale de ce système sera une priorité en 1991.

L'étude d'un système d'approvisionnement des fabricants canadiens de produits ne figurant pas sur la liste de contrôle des importations sera également considérée en 1991. C'est une nécessité qui découle



de l'Accord commercial Canada/E.-U. Une étude concluante effectuée par l'OCCD en 1990 conformément aux recommandations du Rapport de Grandpré (S'adapter pour gagner - Conseil consultatif sur l'adaptation) servira de base à ce travail.

POLITIQUE DE L'INDUSTRIE D'ÉLEVAGE REPRODUCTEUR

À l'exception d'un amendement mineur à la Politique de surcroît de multiplicateurs, l'adite politique ainsi que la Politique de reproduction primaire n'ont pas changé depuis 1989. Ces deux politiques assurent que la production d'œufs d'incubation et de dindonneaux ne soit pas entravée par des restrictions de contingentement sur la commercialisation de dindons multiplicateurs adultes. Une commercialisation méthodique a été maintenue, et la croissance en a découlé. Les ventes de dindons multiplicateurs de réforme, entraînées par les ventes intérieures et d'exportation d'œufs d'incubation et de dindonneaux, sont passées de 4,3 millions de kg en 1987 à 6,2 millions de kg en 1990 - soit une augmentation de 44%. L'avantage et le progrès de ces politiques ne peuvent être mis en doute.

POLITIQUE D'EXPORTATION

Inchangée en 1990 par rapport à 1989, la Politique d'exportation de l'OCCD pourrait nécessiter une révision complète en 1991, consécutive à l'aboutissement retardé de l'Uruguay Round des négociations du GATT. L'étendue des changements nécessaires dépendra de l'accord final.

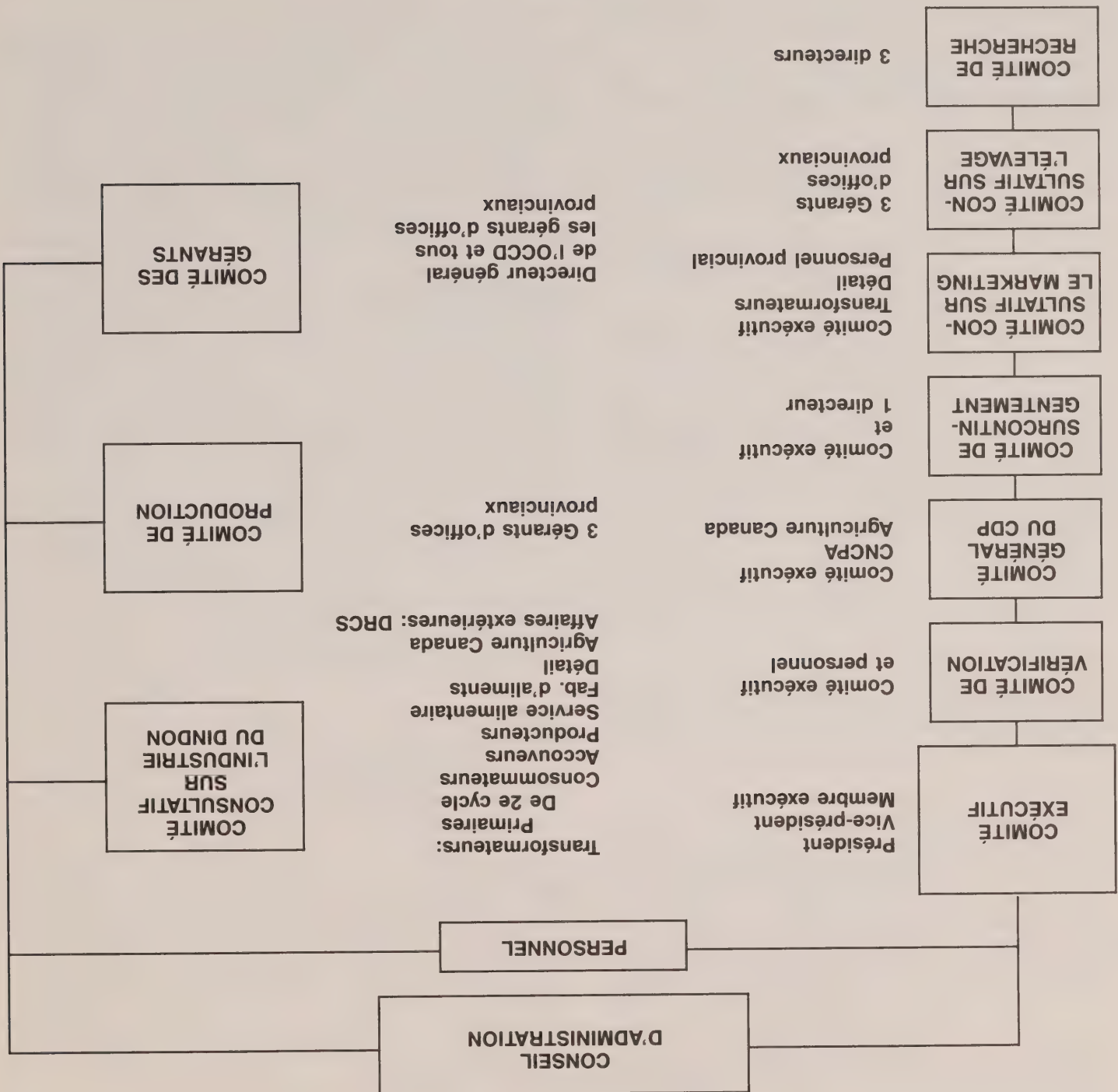
COÛT DE PRODUCTION

À la fin de 1990, le nouveau CDP basé sur le concept de ferme modèle était instauré depuis un an et demi. En fin de compte, cette nouvelle approche a été accueillie favorablement par les producteurs, l'industrie et les critiques.

En janvier 1990, les producteurs du Groupe consultatif sur le CDP commenceront à rapporter les coûts de production sélectionnés sur une base continue de "troupeau". L'information soumise finalement aux 60 participants sera utilisée pour vérifier l'exactitude du CDP actuel et déterminer les secteurs nécessitant une amélioration dans les futures études de CDP. Une analyse en due forme des données recueillies commencera dans les premiers mois de l'année 1991.

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

COMITÉS



RAPPORT ADMINISTRATIF

PERSPECTIVES

En abordant l'année 1991 et les suivantes, nous devons être prêts à maintenir une attitude objective, proactive, en adaptant nos politiques d'administration et de gestion de la production, afin de pouvoir répondre aux nombreux changements qui se produiront, nationalement et internationalement.

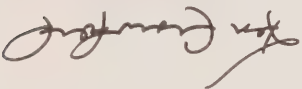
À mesure que les liens et les corrélations entre le GATT, l'Accord commercial Canada/E.-U. et "Partenaires dans la croissance" émergeront, nous constaterons une modification majeure de nos affaires dans les années 1990. Grâce à la prévoyance de nos membres, en recommandant pour les années 1990 l'institution d'un système informatique intégré englobant les objectifs de production et de marketing de l'Office, nous pouvons être assurés d'un avenir prospère.

Nous témoignons notre sincère appréciation aux membres du Comité exécutif, aux directeurs, aux suppléants, aux gérants d'offices et au personnel de l'Office pour leur dévouement à l'industrie du dindon.

Respectueusement soumis,



Lorne Bustin,
Président



Ken Crawford,
Directeur exécutif



E.-U., MEXIQUE, CANADA

Durant 1990, le gouvernement canadien commença à analyser le potentiel de possibilités d'un accord nord-américain trilatéral avec les E.-U. et le Mexique.

Une étude des documents de travail gouvernementaux et des rapports fournis par les Affaires extérieures indique qu'un accord commercial trilatéral comporte certains avantages possibles pour le Canada et l'agriculture canadienne. Elle signale également des risques significatifs si un accord bilatéral était conclu entre seulement les E.-U. et le Mexique. L'annonce de la confirmation de la participation canadienne par le ministre fédéral du Commerce est espérée au début de 1991.

La encore, comme pour l'Accord commercial Canada/E.-U. et le GATT, l'Office surveillera de près toutes les négociations et communiquera de façon suivie avec les producteurs pour les informer de toutes les implications possibles sur notre système de commercialisation.

PARTENAIRES DANS LA CROISSANCE

Le livre vert du ministre de l'Agriculture "Partenaires dans la croissance" fixait une autre série de priorités pour 1990 en établissant un certain nombre de groupes de travail pour analyser la politique agricole et formuler des recommandations pour une nouvelle industrie agro-alimentaire, afin de relever les défis des années 1990. Les groupes de travail sur "la gestion des approvisionnement" et sur "la compétitivité et la valeur ajoutée" étaient d'importance majeure pour notre industrie. Notre Office était représenté dans les deux groupes et un exposé de ses points de vue était présenté lors de chaque réunion. Le Groupe de travail sur la compétitivité déposa un rapport à la fin de 1990, alors que le Groupe de travail sur la volaille est censé déposer le sien au début de mars 1991. Les recommandations de ces deux groupes impliqueront des ajustements d'une portée considérable pour les producteurs et les secteurs connexes de l'industrie si elles sont appliquées telles que nous les comprenons actuellement. Toutefois, nous pensons que le sens commun l'emportera et que les recommandations appliquées seront celles qui procureraient les améliorations nécessaires pour toute notre industrie. L'Office s'efforcera de l'assurer.



RAPPORT ADMINISTRATIF

RELATIONS PUBLIQUES

La communication reste un secteur d'importance croissante, alors que nous abordons l'environnement changeant des années 1990. De nouveau, au cours de l'année, l'Office a amplifié son programme d'information des producteurs et sa capacité de communication afin d'informer les secteurs postproduction et le gouvernement de ses innovations. Notre bulletin trimestriel "Plume", les communiqués mensuels dans l'Avicultureur canadien et les réunions de producteurs provinciaux, nous ont permis de tenir nos producteurs et associés de l'industrie au courant du GATT, de la révision de la politique agricole intérieure, de l'harmonisation résultant de l'Accord commercial Canada/E.-U., ainsi que des corrélations entre ces différentes questions.

RECHERCHE

Les programmes de recherche de l'Office couvrent trois secteurs distincts: analyse de marché, nutrition et santé, et compétitivité de la production.

En 1990, notre budget de recherche pour tous ces secteurs était de 187 000, 00 \$.

Les projets concernant la santé et la nutrition ont été confiés à l'Université de Montréal et l'Université de la Saskatchewan, l'un et l'autre pour la recherche sur l'aérosacculite; à l'organisme de recherche sur les maladies infectieuses vétérinaires VIDO pour la recherche sur la colisepticémie, et à la station de recherche d'Aviculture Canada de Swift Current, Saskatchewan, pour la dernière phase d'une étude sur l'environnement de l'habitat.

L'analyse de marché de Sondages internationaux Ltée a continué à déterminer les préférences et les habitudes d'achat des consommateurs en ce qui concerne en particulier les produits alimentaires.

Une étude initiale indépendante pour établir les paramètres d'un système intégré de gestion fut également entreprise.

Au début de l'année, une recherche contractuelle fut entreprise pour évaluer la compétitivité dans le secteur de production.

LA SCÈNE INTÉRIEURE

ACCORD COMMERCIAL CANADA / É.-U.

1990 a marqué la deuxième année de l'Accord Canada/E.-U.; les droits de douane sont maintenant

réduits à 70% du niveau de 1988 et l'augmentation de 1,5% du contingent global d'importation a été accordée aux fabricants de produits ne figurant pas sur la liste de contrôle des importations. Les efforts d'harmonisation continuent entre le Canada et les E.-U., à un rythme lent semble-t-il.

Nous approchons maintenant du seuil des sérieuses conséquences qu'implique la réduction des droits de douane, et le plein impact de cet accord sur notre industrie commence seulement à se faire sentir. On doit également noter que l'issue finale du GATT et tout accord trilatéral nord-américain éventuel pourraient aussi avoir des implications supplémentaires et infliger des pressions sur le marché intérieur. La rationalisation et l'intégration qui se produisent actuellement dans l'industrie avicole auront un effet sur les producteurs. Durant 1990, les membres ont continué à analyser tous les impacts éventuels, afin de maintenir l'Office dans le cadre d'une industrie viable.

GATT

En entamant l'année 1990, on avait espéré que le round actuel des négociations du GATT serait terminé en décembre et que l'on connaîtrait alors les implications éventuelles pour notre système.

Or, l'assemblée ministérielle de l'Uruguay Round à Bruxelles fut ajournée le 7 décembre 1990 faute de pouvoir parvenir à un accord, et l'agriculture resta le principal obstacle à la poursuite des débats. Les trois questions d'intérêt majeur pour l'agriculture étaient: (1) le soutien intérieur, (2) l'accès au marché et, (3) les subventions à l'exportation. Arthur Dunkel, directeur général du GATT, amorça immédiatement une série de réunions des différents pays, afin de trouver un terrain commun pour relancer les négociations, et fixa une date cible, le 15 janvier 1991, pour réunir une assemblée des ambassadeurs au GATT afin d'analyser la progression.

La position du Canada n'a pas changé depuis décembre, à l'exception d'une modération des espérances en ce qui concerne la réduction du soutien intérieur et des subventions à l'exportation. En ce qui nous concerne, nous devons continuer à nous soucier de la forme définitive de l'Article XI, l'accord final sur l'accès au marché et les possibilités d'application de la tarification. Les membres continueront, comme ils l'ont fait, à assurer que notre point de vue soit connu des négociateurs canadiens.

Durant 1990, les membres de l'Office ont apporté des amendements au système de contigence et à l'Accord fédéral-provincial, afin d'améliorer encore notre capacité d'atteinte des objectifs de l'Office, et procurer une plus grande transparence en répondant aux besoins diversifiés de l'industrie.

Les membres ont dirigé la création d'un système de gestion de la production qui assurerait à tous les niveaux du secteur de transformation et de fabrication une disponibilité constante du produit à des prix connus. Ce système est mis au point avec la coopération des transformateurs primaires et secondaires, et son application est prévue en 1991.

En 1990 également, la date de fin d'année de production a été changée et des groupes consultatifs de producteurs provinciaux ont été institués pour monitorer et compléter notre système de coût de production.

MARKETING

Nos programmes de marketing sont soumis à une évaluation constante pour assurer leur efficacité à mesure des changements et de l'évolution du marché de consommation, tant au détail que dans le secteur H.R.L. Notre recours à un processus consultatif étendu, auquel participent les personnes les plus compétentes de tous les secteurs de notre industrie, nous met en mesure d'évaluer les changements dans les attitudes et les valeurs des consommateurs. Il devient évident au début de 1990, et cela se confirmera lors de notre séminaire annuel de marketing en juin, que des changements distincts commencent à émerger, qui rendraient nécessaire une base d'information plus complète pour insérer nos programmes de soutien du marché durant les années 1990.

Pour atteindre cet objectif, les membres dirigeront une évaluation de notre système informatique actuel, après laquelle ils recommanderont la création d'un système intégré de gestion qui engloberait la production et le marketing. Ce projet sera réalisé et mis en œuvre sur une période de deux ans afin d'établir l'Office comme base de ressources bien informée pour tous les secteurs de production, et procurer simultanément l'orientation à nos programmes de soutien de marketing.

Durant 1990, notre programme de marketing actuel a continué à maximiser les ressources en insistant sur le soutien des efforts des secteurs plus directement reliés à la clientèle finale. La combinaison de politiques de production et de programmes de soutien de marketing a de nouveau mené à une année de croissance de l'industrie.



1990 a inauguré une nouvelle décennie et présente de nouveaux défis. Une fois de plus, nos capacités ont été mises à l'épreuve pour relever ces défis et en tirer parti. Un nouvel environnement agro-alimentaire a commencé à se développer comme résultat direct de la révision de la politique agricole intérieure "Partenaires dans la croissance", entreprise sous l'initiative du ministre fédéral. Cette révision fut rendue nécessaire par un nouvel environnement commercial mondialisé résultant de l'Accord commercial Canada/E.-U., du GATT, et d'un éventuel bloc nord-américain qui lierait le Canada, les E.-U. et le Mexique par un accord trilatéral.

Les préoccupations les plus significatives pour notre industrie sont les implications possibles résultant des recommandations des différents groupes de travail révisant actuellement la politique agricole canadienne dans le cadre de l'initiative Partenaires dans la croissance. Cela, conjointement avec l'Accord commercial Canada/E.-U. et l'issue éventuelle du GATT, a fait naître un climat d'incertitude croissante qui, dans le contexte d'une économie canadienne affaiblie, a largement restreint l'investissement nécessaire à la recherche, à la nouvelle technologie et à l'expansion générale. Toutes sont indispensables dans chaque secteur d'une industrie en plein essor.

Malgré ces contraintes, les directeurs de l'Office et les associés de l'industrie ont réussi, grâce à leurs efforts collectifs constants, à assurer une autre année de croissance positive.

Les chapitres suivants de ce rapport détailleront les activités relatives à notre situation intérieure et aux questions extérieures, en concluant par une perspective pour le reste de cette décennie.

LA SCÈNE INTÉRIEURE

POLITIQUES

L'Office continue à appliquer plusieurs politiques pour procurer la flexibilité nécessaire, afin que notre programme de commercialisation dispose des auxiliaires disponibles pour répondre aux besoins d'approvisionnement d'un marché dynamique.

Ces politiques, qui sont exposées de façon plus détaillée dans un autre chapitre de ce rapport annuel, sont constamment monitorées par les systèmes de vérification de l'Office pour assurer que les objectifs de chacune d'elles soient atteints. Les modifications à ces politiques sont entreprises après délibération avec les membres de l'industrie intéressés et leurs associations.



M. Kenneth Crawford
Mme Margaret Krowchuk
M. Philip Boyd
Poste vacant
M. John Tyl
Mme Elise Mereweather
Mme Lise Turner
Mlle Rhonda Gislason

Directeur exécutif
Directrice - services administratifs
Directeur de la recherche économique
Analyste de recherche économique
Analyste de marché
Assistante à la recherche du marché
Secrétaire administrative
Secrétaire de direction

PERSONNEL DE L'OCCD

Directeur
Directeur
Directeur
Directeur
Directeur

M. Dale Enarson
M. Bob Friesen
M. Art Roder
M. Marcel Latreille
M. Malcolm Sprague

Alberta
Manitoba
Ontario
Québec
Nouveau-Brunswick

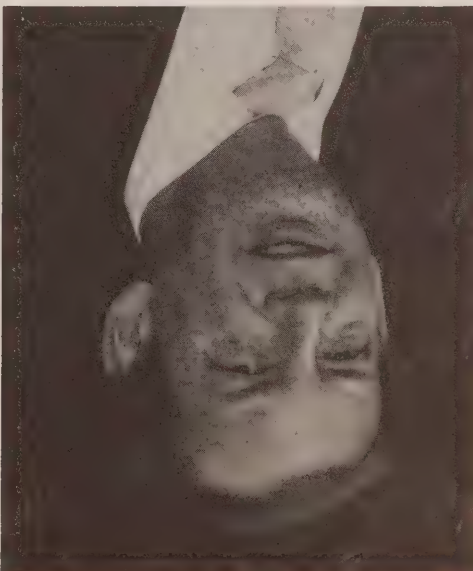
Président
Vice-président
Membre exécutif

M. Lorne Bustin
M. Adrian de Graaf
M. Ed Rosenberg

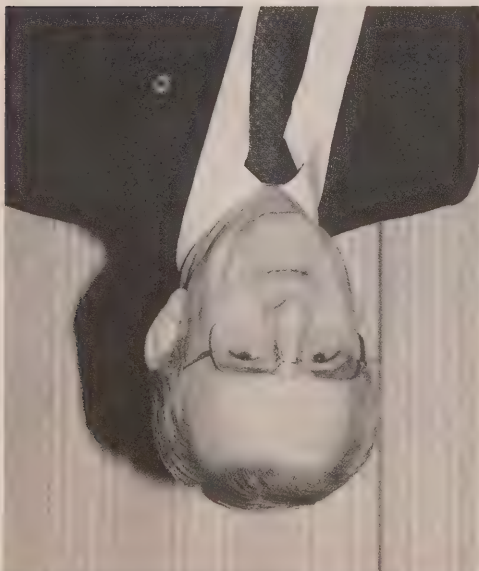
Colombie-Britannique
Nouvelle-Ecosse
Saskatchewan

CONSEIL D'ADMINISTRATION

LORNE BUSTIN
PRÉSIDENT



KEN CRAWFORD
DIRECTEUR EXÉCUTIF





DIX-SEPTIÈME RAPPORT ANNUEL
de
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
pour présentation
à l'Honorable Don Mazankowski
Ministre de l'Agriculture
au Conseil national de commercialisation
des produits agricoles
et à
la Dix-septième assemblée annuelle des producteurs
de dindons
Mercredi, 20 mars 1991
Ottawa, Ontario

RAPPORT ANNUEL 1990



L'OFFICE CANADIEN DE
COMMERCIALISATION DU DINDON

CAI
DB 60
- A 56

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY



ANNUAL REPORT 1991

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

MANDATE

To promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for the regulated product or products in relation to which it may exercise its powers; and to have due regard to the interests of producers and consumers of the regulated product or products.

MISSION STATEMENT

To position Canadian producers in a dynamic market so that they can better service the ever changing supply and marketing support requirements of our agri-food partners in order to stimulate competitive and profitable expansion of the domestic turkey industry.

ORGANIZATIONAL GOAL

To maintain the capability of the Agency and the Provincial Boards to respond to the challenges of an increasingly competitive and globalized Canadian economy.

PRODUCT MARKETING GOAL

To support and stimulate the marketing initiatives of the post-farm-gate sectors of the turkey agri-food industry in order to maximize consumption within a dynamic market.

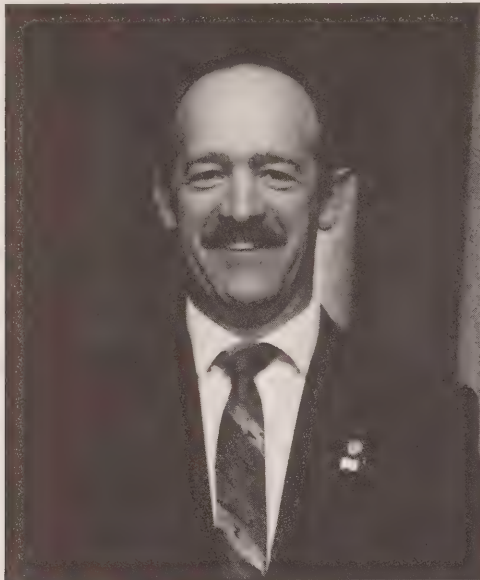
COMPETITIVE PRODUCTION GOAL

To ensure that the Canadian turkey producers in co-operation with the processing, further processing and manufacturing sectors consistently meet product requirements of a competitive growth industry.

The EIGHTEENTH ANNUAL REPORT of the CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

is prepared for presentation to
The Federal Minister of Agriculture,
The National Farm Products Marketing Council,
and The Eighteenth Annual Meeting of CTMA Members,
Wednesday, March 18, 1992
Ottawa, Ontario





ADRIAN DE GRAAF, Chairman



KEN CRAWFORD, Executive Director

Officers and Directors

<i>Chairman</i>	Mr. Adrian de Graaf	Nova Scotia
<i>Vice Chairman</i>	Mr. Robert Friesen	Manitoba
<i>Executive Member</i>	Mr. Brent Montgomery	Quebec
<i>Director</i>	Mr. Sandy McCurrach	British Columbia
<i>Director</i>	Mr. Dale Enarson	Alberta
<i>Director</i>	Mr. Jack Rynsburger	Saskatchewan
<i>Director</i>	Mr. Art Roder	Ontario
<i>Director</i>	Mr. Bertin Cyr	New Brunswick
<i>Director</i>	Mr. Wm. Thomson	Industry Advisor

Staff

<i>Executive Director</i>	Kenneth Crawford
<i>Administrative Services</i>	Margaret Krowchuk, Manager
<i>Policy and Regulatory Services</i>	Philip Boyd, Manager
<i>Market and Information Services</i>	Donald McKenzie, Manager
<i>Market Analyst</i>	John Tyl
<i>Policy Analyst</i>	Sateesh Ramkissoonsingh
<i>Communications Officer</i>	Lynette Crawford
<i>Executive Secretary</i>	Julie Hannah
<i>Administrative Secretary</i>	Lise Turner
<i>Policy and Quota Administrator</i>	Rhonda Gislason
<i>Information Systems Officer</i>	Elise Mereweather



Executive Report

We like to think of 1991 as the year of the three "R"s – recession, redefinition and retread. The country is experiencing an incredibly difficult period of economic slump. Administratively and politically, CTMA is re-defining its position and its goals for the future and – the agriculture industry is retreading the same issues that have plagued it for many years. The turkey industry practised continued collaboration in 1991, pulling together to confront some of the trying issues that are threatening the future of agriculture.

Rather than summarize the year's events in this Executive Report (summaries of each aspect of the Agency can be found in the other sections of the report), we invite you to join us in a special commendation to all sectors of the turkey industry for the strength and commitment its participants have shown in taking steps to ensure a secure and prosperous future.

This is the beginning of a new era. 1991 brought in some remarkable changes, not only to CTMA office and membership, but to the entire turkey industry. Our focus, our message, our purpose, is as strong and committed as ever. Faced with burgeoning economic, political and social challenges, the turkey industry has shown great energy and determination to succeed.

There are many reasons for this renewed vim and vigour, the first being the adoption of a Mandate, Mission Statement and Goals which you may have noticed on a previous page. This Mandate gives the Agency and the industry a clear focus – a progressive path to follow for greater efficiency and competitiveness.

In order to provide effective administration for pursuing this newly defined direction, the CTMA office was restructured early in 1991, and is now divided into three departments: Policy and Regulatory Services, Market and Information Services, and Administrative Services. As well, a Policy Economist, a Communications Officer and a Manager of Market and Information Services were added to the existing staff, completing a highly trained and competent team.

Another factor contributing to our renewed confidence is the addition of a new member to our Board of Directors. We are pleased to welcome Bill Thomson as an advisory member representing the processing sector. His presence is evidence of a new level of co-operation and collaboration being established among the sectors of the turkey industry. As well, we are encouraging the addition of a representative from the further processing industry to our Board of Directors in the new year. The decision to include industry representatives on the CTMA Board of Directors clearly illustrates a willingness on the part of Agency members, to implement and benefit from some of the recommendations made by the Poultry Task Force in the final report which came out in March 1991.

With regard to the Domestic Policy Review, our members are also feeling confident about having CTMA representation on two very important external committees – the Agri-food Competitiveness Council and the Supply Management Steering Committee. The Competitiveness Council was announced by Minister of Agriculture Bill McKnight in the latter part of this year and is charged with ensuring that the work of the Task Force on Competitiveness is carried through as well as promoting the development of innovative approaches to increasing competitiveness. The Supply Management Steering Committee has been established to facilitate the implementation of recommendations from both the Dairy and Poultry Task Forces.

Both of these committees will play an important role in directing the future of the poultry industry. By having effective representation on both committees, CTMA is in an excellent position to contribute to the future of the Canadian agri-food system, and to ensure that the steps taken toward greater competitiveness are progressive and applicable to the turkey industry.

Continued



Executive Report

The State of the Industry

Each year in the turkey industry speaks of new successes and greater accomplishments. One of the most frequently echoed sentiments is that the previous year presented many challenges. Reflecting on this impression, we believe it is probably safe to assume that every year will present many challenges to the turkey industry. 1991 was no different in this respect. For many reasons agriculture has been the focus of attention both domestically and externally, with supply management receiving an unprecedented share of the spotlight.

One of the first challenges of the year was to respond to "Recommendations Towards a Second Generation Supply Management System", the final report tabled by the Poultry Task Force. Although CTMA did not concur with all of the recommendations, we fully agree that some fine-tuning should occur in the system and are in full support of improving competitiveness. It is a credit to the Agency members that many of the recommendations made by the Poultry Task Force confirm the direction CTMA has been taking for some time now.

A cost of production update reflecting some of these recommendations will be undertaken in 1992, based on 1991 production results. Rather than measuring average costs, the COP will reflect expenditures for an efficient segment of the production sector. Also, the COP Committee has been expanded to include representatives from both processing sectors as well as the Consumer's Association.

International trade negotiations were a significant part of the CTMA agenda in 1991. The CUSTA was in its third year and NAFTA negotiations were beginning to take shape. Both of these trade initiatives will be subject to the final outcome of the GATT. A final draft agreement for the GATT was tabled in December and will be the basis for discussions in 1992.

CUSTA

Currently, tariffs are at 60% of the 1988 level, amounting to a 7.5% tariff on most turkey imports.

After consultation with the industry, the Federal Government will negotiate the third round of tariff reductions with the U.S., for implementation in 1993.

NAFTA

In February 1991, Canada decided to enter the U.S. - Mexico trade negotiations. The trade talks commenced in June, and negotiators hope to complete an agreement in early 1992. Canada's concern is to protect the gains made under the CUSTA. If the CUSTA is renegotiated to include Mexico, Canada could lose the few benefits gained through the original agreement. In the poultry industry, our main concern is for the health and safety standards of food once a deal is struck. Canadian standards are the highest of all three countries - it would be unfortunate to see the quality of our products sacrificed in order to facilitate a trade deal between the three countries.

GATT

The great storm cloud hanging over all of the trade issues is, of course, the GATT. Both the NAFTA and the CUSTA will be subject to the rules of the GATT once it is resolved, but differences over agricultural trade have been a bone of contention in reaching a final pact. Supply managed commodities are very concerned because the proposed changes to border protection outlined in the text of the GATT will negatively affect the operation of Canada's orderly marketing system.

The proposed changes result from a draft final agreement tabled by GATT Chairman, Arthur Dunkel, December 20, 1991. According to the terms proposed in this draft, tariffication would replace the current quantitative import restrictions (Article XI:2(c)(i) of the GATT) with tariff equivalents based on domestic and world price differences. On a sector by sector basis, the effects of tariffication will displace Canadian production and plant throughput as a consequence of low U.S. market prices when a significant economic advantage to importing exists, or through forward contracting by Canadian firms at low U.S. prices.

Continued



Executive Report

Each sector of the industry will feel the repercussions of this scenario, but there is no doubt that the primary processors and producers in particular, will absorb the largest portion of the market risk as determined by U.S. market conditions.

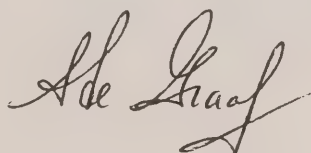
Canadian producers are very well aware of this situation and have rallied to make the message clear to government that their livelihood hangs in the balance of these trade talks. The agriculture industry has pulled together with great force of conviction to remind the nation of what is really at stake. In Ontario alone, one in ten jobs is linked to the Province's agri-food system and in the Prairies it is estimated that one in six Canadians works in an agri-food related job. Sacrificing the agriculture industry to facilitate a trade deal threatens the livelihood of all these people. In the Eastern provinces, the turkey industry could disappear altogether.

CTMA and many other farm organizations are still working closely with the government to ensure that the Canadian position is realized in the final GATT agreement, but prolonged uncertainty makes it increasingly difficult for producers and industry members to retain their positive attitude. Our industry's future lies in the seemingly endless and agonizing treadmill of political "due process". The willingness of our government leaders to stand firm on Canada's position is the key to our long term existence.


The commitment and vitality of the turkey industry is strong. Its participants are defending not only their own industry, but the future of the Canadian agri-food system. We challenge decision makers in all sectors of agriculture as well as federal government, to match our enthusiasm for the survival of Canadian agriculture in this political tug-of-war, pull for pull.

We wish to extend our appreciation to the CTMA Board of Directors, staff and all of our industry partners for their continued support and dedication.

Respectfully submitted,



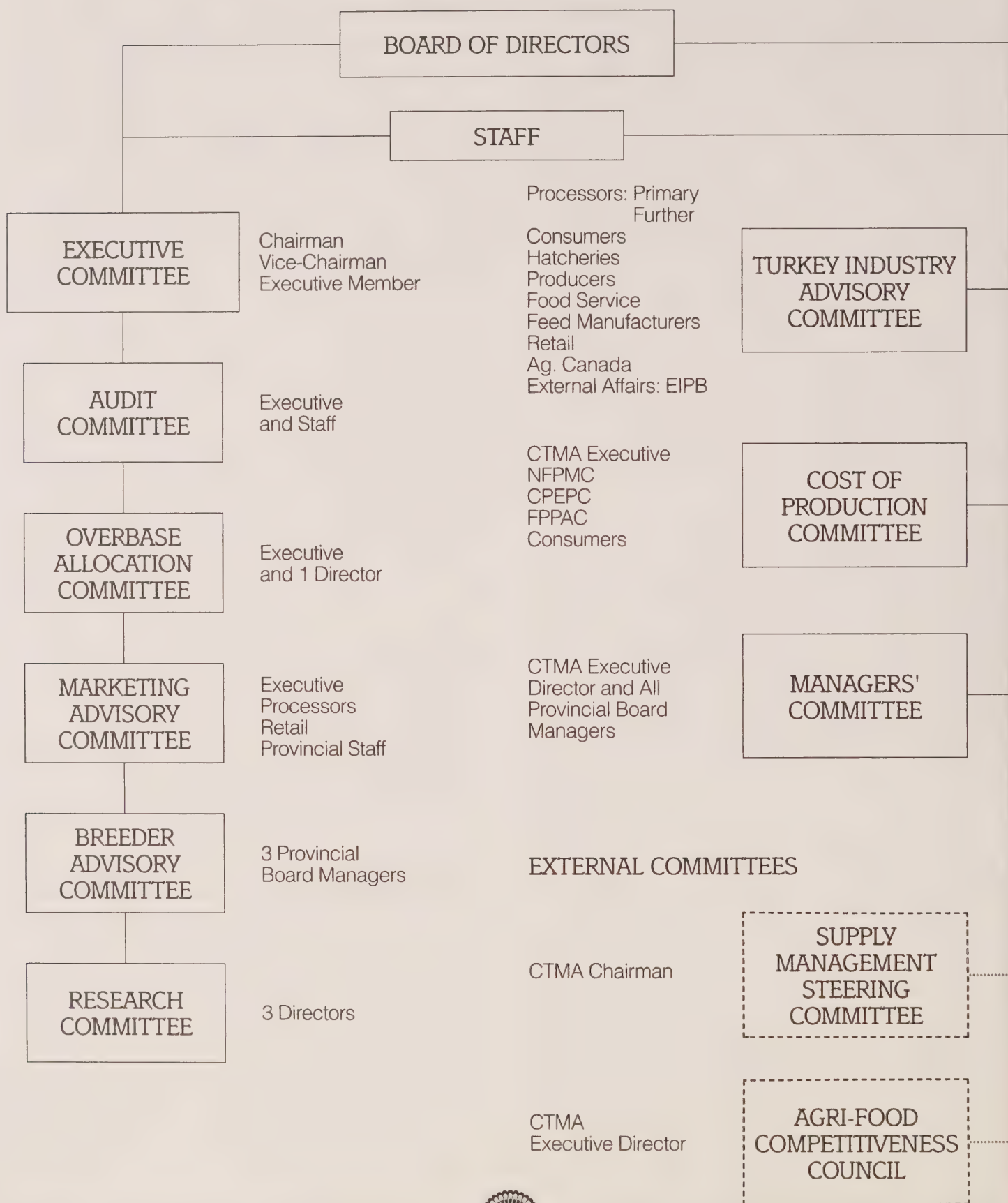
Adrian de Graaf
Chairman



Ken Crawford
Executive Director



Canadian Turkey Marketing Agency Committees



Policies

CTMA Policies Continued Responsiveness

The CTMA Policy framework is based on five principal components which together ensure that the orderly marketing of turkeys through the quota system is in step with market realities. Policy review is an ongoing mandate, carried out formally through internal monitoring systems and committee analysis. Equally as important is the informal review through discussions amongst Agency members and periodic industry consultations.

All avenues of examination found that the Agency's operational policies continued to be responsive to the market place and to the needs of each industry sector. As a result, no changes were made during the year to the CTMA's policy components:

- i) Provincial Allocation Policy;
- ii) Provincial Allocation Classification Process;
- iii) Export Policy;
- iv) Primary Breeder Policy; and
- v) Multiplier Breeder Policy.

Additional Policy Developments

MARKETING YEAR CHANGE: As detailed in the 1990 Annual Report, CTMA proceeded with the change of production year from a calendar year basis to the twelve month period of May 1 to April 30. As of April 30, 1991, the transition was completed.

CONTRACTING PROPOSAL: In 1991, CTMA continued to develop a contracting framework linking live turkey marketings to end users requirements for turkey meat. It is based on a voluntary two-tier mechanism of producer/primary processor, and primary processor/further processor contracts.

This format provides another tool through which the sectors can collectively respond to the Canadian market requirements.

Cost of Production:

Commitment/Transparency/Efficiency

PRODUCER PANEL

COMMITMENT: The eight CTMA Provincial Producer Panels continued reporting flock-by-flock feed, poult and energy costs throughout 1991. There are sixty producers submitting this data by category, to ensure that the COP is tracking production costs accurately. Additionally, the information is used to identify areas of improvement for subsequent COP studies. This was of critical importance in 1991, given the Agency's decision to update the COP based on 1992 production costs.

The Panel members for the first cycle of this new endeavour have now completed their commitment. Their cooperation has served the industry well.

UPDATE STUDY

TRANSPARENCY: In undertaking an Update COP Study, the Agency members appointed a COP Committee which includes representatives from the primary and further processing sectors as well as the Consumers' Association of Canada. These appointments, made in response to the recommendations of the National Poultry Task Force, confirm the Agency's belief that transparency in COP development is fundamental to effective administration of the quota system. Proceeding on the basis of full consensus, the committee met three times in 1991, to make decisions relating to structure of the Update Study, third party selection, field survey sample sizing, and efficiency considerations. The study will commence in January 1992.

EFFICIENCY: In mid-1989, CTMA implemented a new COP based on the Model Farm approach. This development incorporated efficiency considerations beyond those encompassed through the conventional COP field surveys.

As per the members' mandate, which was supported by the Committee's review of available information, the 1992 Update Study will be structured to update Model Farm asset ages and energy utilization. Full review and revision of the entire Model Farm will be undertaken in the next Study. The 1992 Update will also capture, through a field survey, 1991 actual variable costs based on a statistically sound random sampling of producers.

Applying to the final results of the field survey will be an efficiency rule, recommended by the COP committee, and unanimously adopted by the Agency members. The final COP statement will be based on the 90% most efficient producers surveyed according to total variable costs. Secondly, the COP will be adjusted annually to reflect expected efficiency gains since the year of survey.

The rationale of the Committee and the Agency Directors is two fold: to encourage more efficiency within the production sector; and to lead the production sector, over time, towards continued efficiency improvement.

Policy in Perspective

The Canada-U.S. Trade Agreement, improvement to competitive positioning and the uncertainty of the GATT negotiations, make sound, responsive operating policies imperative. Coupled with open communication between the various sectors of the turkey industry and transparency of operations, the existing CTMA policy base as outlined above, is key to the future of the turkey industry.



Marketing

Turkey is a natural choice for consumers in the 90's

As interest in nutrition grows among Canadian consumers, the relative importance of the major food groups is changing. Poultry, along with fresh fruits and vegetables has become more important. Turkey meets the demand for good nutrition because it is lean, low in calories, low in sodium and high in protein. These qualities coupled with new and readily available value-added products, are the thrust behind CTMA's strategy for marketing turkey as a year-round healthy alternative.

Industry co-operation is key to success

Members of CTMA rely on the Marketing Advisory Committee for expertise and follow-through. Committee members include executive level representation from the processing and grocery retail sectors. The committee encourages co-operative working relationships between the producers and the post-farm-gate industries to ensure market growth.

Because the hotel, restaurant and institution trades provide year round stability for turkey, the Marketing Committee has earmarked the foodservice industry as a target for CTMA's more direct marketing initiatives.

CTMA's support for the provincial turkey boards and the industry, in their consumer and grocery retail activities, has fostered both enthusiasm and new opportunities.

Tie-in marketing expands H R & I opportunities

The standard bearers for CTMA's hotel, restaurant and institutional promotion are *Today's Special Turkey* Newsletter and foodservice trade shows. Published and distributed in foodservice trade magazines three times a year, the four-colour newsletter features recipes, attractive photos of prepared turkey dishes and a column for institutions. This newsletter is also presented, along with taste samples of the turkey recipes, at seven major foodservice exhibitions across Canada each year.

Tie-in marketing with Borden-Catelli greatly expands the Agency foodservice market coverage at a very low cost. This high profile company promotes turkey and pasta as the "Healthy Alternative" both in trade magazines and at over 30 trade shows during the year.

Borden-Catelli's close working relationship with the Chefs de Cuisine Association further extends the promotion of turkey.

New H R & I resources published in 1991 included 12 institution-size recipe cards and a turkey foodservice manual.



MANGER MIEUX – C'EST MEILLEUR
EAT WELL, LIVE WELL

M.C. de l'Association canadienne des diététistes
T.M. The Canadian Dietetic Association

Sponsorships promote "healthy image"

In 1991, CTMA sponsored the Canadian Dietetic Association's National Nutrition Month campaign for the third consecutive year. Turkey facts and recipes are promoted in CDA's campaign to improve the health of Canadians through good nutrition. CTMA also funded a 90-second T.V. message on nutrition in partnership with ParticipAction Canada. As well, we have jointly sponsored a television series produced under the auspices of the Canadian Cancer Society and the Heart and Stroke Foundation of Canada. This thirteen part educational series called "The Light Gourmet", features turkey in some of the programs and encourages healthy eating. Broadcast of the series begins in February, providing an excellent tie-in with the 1992 Nutrition Month campaign.

Our H R & I sponsorships included the Executive Chefs' Association, Foodservice Executives' Association, the "Taste of Canada" competition for culinary students, and the Canadian Dietetic Conference.

Other activities which rounded out the 1991 marketing program were ten-second T.V. advertisements, back-lit posters in shopping malls across Canada, and full page ads in magazines for the retail trade.

Continued



Marketing

In-store sampling blitz attracts consumers

A successful new venture in 1991 was the in-store demonstration blitz across Canada during the month of May. Consumers learned about the nutritional qualities of turkey and were able to see and taste turkey in a variety of forms while grocery shopping. Processors and further processors took advantage of the CTMA funded promotion to test market new products and re-establish existing ones. The provincial turkey boards co-ordinated the project which involved all primary and further processors of turkey as well as retailers. Over 700 stores across Canada participated.

1992 Plans

Continuity is important in building and maintaining market share. CTMA will carry on with similar activities next year, seeking sponsorships and co-op projects which promote the nutritional qualities of turkey to consumers and encourage use by decision-makers in hotels, restaurants and institutions. Support programs for the provincial boards and the industry have been approved and funding for another Spring series of in-store demonstrations has been included in our 1992 budget.

Communications/Public Relations

In February of 1991, the Agency members, recognizing the need for more information and closer industry ties for the 90's, initiated the first step in the development of our Management Information System by establishing a mission statement and organizational goals. One of the Agency's primary objectives is *"to promote the exchange of information and co-operation among industry participants, governments and consumers"*.

The Agency has employed a communications officer to interact with external organizations and monitor special interest groups whose activities may have implications for the turkey industry. Particular attention will be focused on food safety, animal rights and the environment. An internal library and resource centre has been stocked with both historical and current industry information and will be expanded when the MIS, now in the second stage of development, is fully operational.

Over the past 12 months, the quarterly newsletter *Plume* has been a mainstay in keeping our producers, allied industries and governments informed as to the implications of international trade and the domestic agri-food policy review.

Monthly updates in the Canada Poultryman magazine augment the information published in *Plume*.



Market Supply and Demand

Production

Although preliminary data for the 1991 calendar year indicates that production will be in line with allocated quota, total production exceeded that of 1990 by 1.6 million kilograms or 1.3%. Production of under 8 kg turkeys was lower by 1.9 million kilograms while over 8 kg turkeys showed an increase of 3.5 million kilograms.

Imports/Exports

Live turkeys, mostly in the over 8 kg range, and boneless meat continue to account for the majority of imports. In 1991, there was a total of 45,358 kilograms of product (skin) brought in under supplementary permits. Drumsticks, wings, and less popular parts largely made up turkey exports which continued at the same rate as the previous year.

Total Supply

With January 1st opening storage stocks above last year's levels and an increase in production, the supply of turkeys in 1991 was 4.8 million kilograms greater than in 1990.

Disappearance

The disappearance of consumer size turkeys (broilers and hens), rebounded from the large decrease suffered a year ago to show a modest increase of 1.25%. The rapid advances made in value-added products slowed somewhat in 1991, resulting in only a 3.0% increase in

disappearance of tom turkeys. In total, disappearance of turkeys in 1991 was 2% above that of 1990. Considering that negative forces such as the recession are affecting the marketplace – most notably the food-service sector – this increase is a very positive sign.

Market Prices

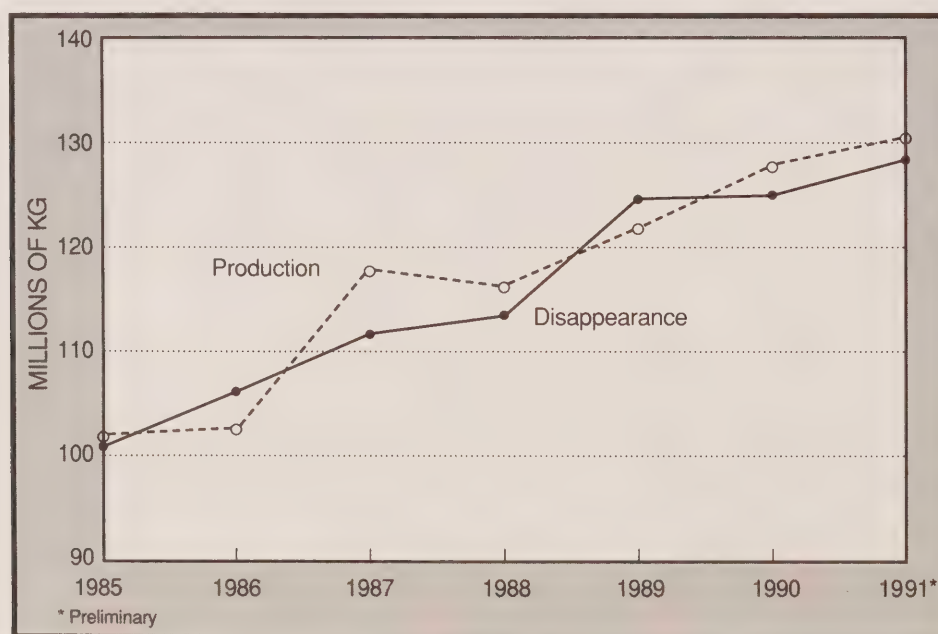
Live turkey prices declined steadily during the first half of the year, but remained fairly constant during the latter part.

Grade A wholesale prices for broiler and hen turkeys were relatively flat until later in the year when they showed modest, seasonal price advances. Prices on tom turkeys moved lower for most of the year, but showed some improvement during the festive season.

Classification

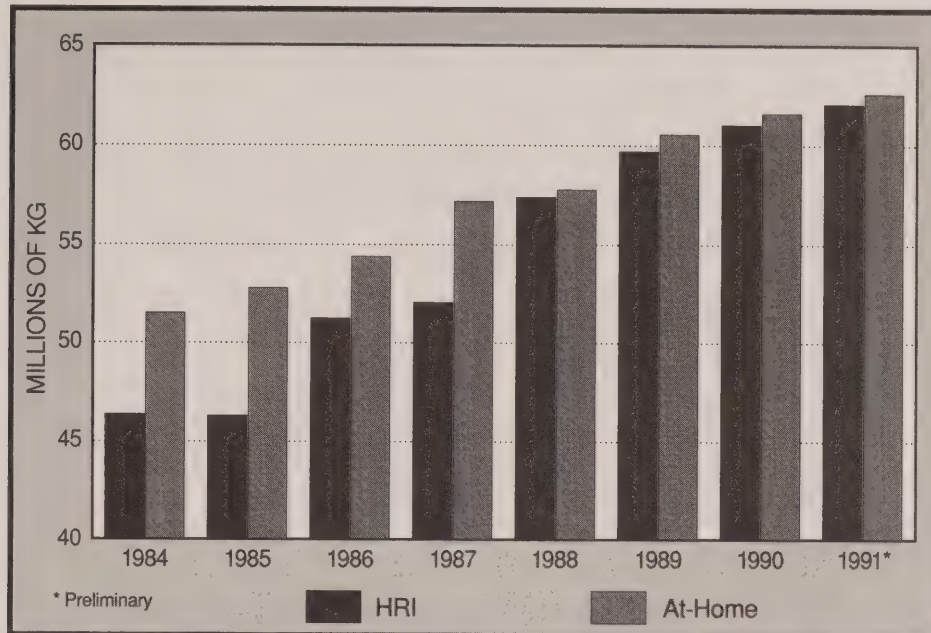
With the change in the production year to May 1st through April 30th, information for only two periods of the 1991/1992 year are now available. Although the first period, May to August, was over the target by 2.6 million kilograms, the second period, September to December, was underproduced by 1.4 million kilograms. In total, no overproduction occurred and for the two periods combined, the targets were generally realized. By categories, the under 8 kg class was well balanced. However, total production of tom turkeys exceeded the target by about one million kilograms.

Turkey Production and Disappearance - 1985 to 1991



Market Growth

Hotels, Restaurants, Institutions vs. At-Home Purchases: 1984 to 1991



Canadian Historical Turkey Production (thousands of eviscerated kilograms)

Province	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
British Columbia	7,895	9,113	8,351	9,949	10,444	7,260	8,610	8,914	8,782	9,209	9,422
Alberta	7,755	7,730	7,767	8,509	7,686	6,947	7,348	7,552	6,563	8,121	8,660
Saskatchewan	3,524	3,057	3,331	3,729	3,867	2,964	3,225	3,328	3,627	3,671	3,705
Manitoba	7,840	7,953	7,496	7,781	8,573	5,667	7,537	8,023	7,252	8,233	7,795
Ontario	41,163	38,798	36,659	39,016	41,808	37,149	40,151	40,929	39,270	45,302	42,053
Quebec	22,810	26,289	23,724	27,162	28,068	19,982	20,398	22,048	20,312	23,966	23,863
New Brunswick	468	252	196	329	670	594	972	1,088	1,026	1,072	1,045
Nova Scotia	816	741	927	1,206	1,408	1,258	1,440	1,765	1,343	1,874	1,933
CANADA	92,271	93,933	88,451	97,681	102,524	81,821	89,681	93,647	88,175	101,448	98,476

Province	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991*
British Columbia	8,429	9,344	8,389	8,713	9,556	10,113	10,868	12,180	11,949	12,974	13,889
Alberta	7,723	7,623	7,734	8,457	8,417	8,442	9,687	9,745	9,519	11,364	11,427
Saskatchewan	3,338	3,785	3,709	3,780	3,838	3,994	4,336	4,305	4,428	5,066	4,768
Manitoba	7,267	7,751	7,337	7,331	7,847	8,044	8,551	8,879	8,922	9,878	9,660
Ontario	41,231	41,560	43,266	41,750	43,167	44,756	49,608	50,591	52,062	54,246	55,854
Quebec	22,003	22,765	22,335	22,276	24,305	24,253	26,033	26,681	27,366	28,800	28,129
New Brunswick	1,091	1,169	1,020	1,178	1,276	1,307	1,621	1,962	2,040	2,386	2,434
Nova Scotia	1,725	1,667	1,872	1,588	1,767	2,109	2,876	3,074	3,124	3,349	3,556
CANADA	92,807	95,664	95,662	95,073	100,173	103,018	113,580	117,417	119,410	128,063	129,717

* Preliminary



Canadian Turkey Marketing Agency Financial Statements

for the year ended December 31, 1991

AUDITORS' REPORT

To the members of
THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

We have audited the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1991 and the statements of equity, operations and changes in financial position for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the agency's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the agency as at December 31, 1991 and the results of its operations and the changes in its financial position for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles.

Guelph, Ontario
January 24, 1992

Robinson Lott + Brohman

Robinson, Lott and Brohman
Chartered Accountants



Canadian Turkey Marketing Agency Balance Sheet

as at December 31, 1991

Assets

	1991	1990
CURRENT		
Bank	\$ 380,344	\$ 168,283
Short term investments (note 2)	394,142	461,606
Accounts receivable (note 3)	282,110	404,588
Prepaid expenses (note 4)	78,348	90,777
	<u>1,134,944</u>	<u>1,125,254</u>
FIXED (note 5)	<u>116,667</u>	<u>117,883</u>
	<u>\$ 1,251,611</u>	<u>\$ 1,243,137</u>

Liabilities

CURRENT		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 162,082	\$ 89,819
EQUITY	<u>1,089,529</u>	<u>1,153,318</u>
	<u>\$ 1,251,611</u>	<u>\$ 1,243,137</u>

See accompanying notes

Approved on behalf of the Board



Adrian de Graaf, Director



Robert Friesen, Director



Canadian Turkey Marketing Agency

Statement of Equity

for the year ended December 31, 1991

	1991	1990
EQUITY, beginning of year	\$ 1,153,318	\$ 695,719
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE (EXPENDITURE OVER REVENUE) for the year	<u>(63,789)</u>	<u>457,599</u>
EQUITY, end of year	<u><u>\$ 1,089,529</u></u>	<u><u>\$ 1,153,318</u></u>

See accompanying notes



Canadian Turkey Marketing Agency

Statement of Operations

for the year ended December 31, 1991

	1991	1990
REVENUE		
Producer levies	\$ 2,048,160	\$ 2,017,430
Interest and licences	<u>67,167</u>	<u>67,634</u>
	<u>2,115,327</u>	<u>2,085,064</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Other administrative (schedule 1)	314,093	281,228
Remuneration to officers and staff (schedule 1)	502,760	413,375
Directors and staff travel (schedule 1)	<u>330,980</u>	<u>317,728</u>
	<u>1,147,833</u>	<u>1,012,331</u>
PROMOTION		
GENERAL		
Hotel, restaurant and institutional promotion	154,578	188,225
Sales promotion (schedule 1)	<u>732,140</u>	<u>327,414</u>
	<u>886,718</u>	<u>515,639</u>
PUBLIC RELATIONS (schedule 1)	<u>41,861</u>	<u>43,028</u>
MARKETING AND DEVELOPMENT		
Market research	64,052	64,763
Marketing committees	5,547	7,048
Advertising in Farm Papers Ltd.	20,026	19,058
Canadian Federation of Agriculture	25,188	22,807
Turkey research	<u>56,602</u>	<u>81,939</u>
	<u>171,415</u>	<u>195,615</u>
	<u>1,099,994</u>	<u>754,282</u>
	<u>2,247,827</u>	<u>1,766,613</u>
REVENUE (LOSS) FROM ADMINISTRATIVE AND PROMOTION	<u>(132,500)</u>	<u>318,451</u>
OVERPRODUCTION CONTRIBUTION (note 7)	<u>68,711</u>	<u>139,148</u>
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE (EXPENDITURE OVER REVENUE) for the year	<u>\$ (63,789)</u>	<u>\$ 457,599</u>

See accompanying notes



Canadian Turkey Marketing Agency

Schedule of Expenses

SCHEDULE I

for the year ended December 31, 1991

	1991	1990
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 6,823	\$ 8,313
Trade: CUSTA/GATT	29,187	36,078
Contract projects	28,883	300
External consulting	18,819	35,253
Audit	6,600	6,600
Telephone	16,350	16,113
Office supplies and expense	35,914	33,974
Postage and courier	3,513	3,295
Industry Advisory Committee	15,148	16,801
Insurance	806	806
Translations	19,116	5,533
Sundry administration	13,091	4,455
Depreciation	43,324	43,258
Management info study	5,551	0
Rent, taxes and utilities	70,039	69,477
Bank charges and interest	929	972
	<u>\$ 314,093</u>	<u>\$ 281,228</u>
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$ 388,633	\$ 320,433
Directors' fees	52,037	47,275
Employee benefits	62,090	45,667
	<u>\$ 502,760</u>	<u>\$ 413,375</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$ 235,997	\$ 229,515
Staff travel	71,093	67,558
Meeting rooms	22,694	19,572
Travel insurance	1,196	1,083
	<u>\$ 330,980</u>	<u>\$ 317,728</u>
SALES PROMOTION		
Trade shows	\$ 35,894	\$ 20,203
"The Light Gourmet" video series	65,000	0
Recipe book	39,699	0
Food service manual	53,401	13,000
Sundry promotion	12,182	10,815
Retail and consumer support	525,964	283,396
	<u>\$ 732,140</u>	<u>\$ 327,414</u>
PUBLIC RELATIONS		
Plume	\$ 27,858	\$ 27,727
Annual report	10,948	11,521
Sundry	3,055	3,780
	<u>\$ 41,861</u>	<u>\$ 43,028</u>

See accompanying notes



Canadian Turkey Marketing Agency

Notes to the Financial Statements

for the year ended December 31, 1991

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies' Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

(a) FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

(b) DEPRECIATION

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment, 30% per annum for the computer equipment and automobile and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. SHORT TERM INVESTMENTS

Short term investments consist of the following:

	1991	1990
Term deposits	\$ 274,352	\$ 351,736
CIBC money market fund	119,790	109,870
	<u>\$ 394,142</u>	<u>\$ 461,606</u>

3. ACCOUNTS RECEIVABLE

The accounts receivable consist of:

	1991	1990
Producer levies	\$ 266,716	\$ 380,752
Accrued interest	15,394	23,836
	<u>\$ 282,110</u>	<u>\$ 404,588</u>

4. PREPAID EXPENSES

The prepaid expenses consist of:

	1991	1990
Promotion	\$ 75,240	\$ 86,369
Insurance	3,062	2,909
Travel advance	0	258
Other	46	1,241
	<u>\$ 78,348</u>	<u>\$ 90,777</u>

The prepaid promotion relates to the 1992 campaign.



Continued

Canadian Turkey Marketing Agency

Notes to the Financial Statements

for the year ended December 31, 1991

5. FIXED ASSETS

	ASSET COST	ACCUMULATED DEPRECIATION	1991 NET BOOK VALUE	1990 NET BOOK VALUE
Automobile	\$ 23,295	\$ 6,989	\$ 16,306	\$ 22,460
Computer equipment	135,732	98,153	37,579	39,854
Furniture and equipment	125,517	74,616	50,901	36,184
Leasehold improvements	47,497	35,616	11,881	19,385
	<u>\$ 332,041</u>	<u>\$ 215,374</u>	<u>\$ 116,667</u>	<u>\$ 117,883</u>

6. LEASE COMMITMENT

The agency is committed under several leases for office premises and equipment to pay the following:

1992	\$ 82,921
1993	45,941
1994	8,089
1995	8,089
1996	8,089
	<u>\$ 153,129</u>

7. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the agency as a result of the overproduction of turkey meat by some of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 1990/91 production year. The agency records these overproduction contributions when the funds are received and not on an accrual basis. These funds are considered to be a contingent asset until finalized because of force majeure provision claims, adjustments to the Agriculture Canada statistics or any other adjustments the agency feels are justified.

8. COMPARATIVE FIGURES

The 1990 comparative figures have been restated where necessary, to conform with 1991 presentation.



L'office canadien de commercialisation du dindon

Notes aux états financiers

pour l'exercice terminé le 31 décembre 1991

5. IMMOBILISATIONS

	COÛT	DÉPRÉCIATION ACCUMULÉE	VALEUR NETTE AU LIVRE 1991	VALEUR NETTE AU LIVRE 1990
Automobile	23 295 \$	6 989 \$	16 306 \$	22 460 \$
Ordinateur	135 732	98 153	37 579	39 854
Mobilier et équipement	125 517	74 616	50 901	36 184
Améliorations locales	47 497	35 616	11 881	19 385
	<u>332 041 \$</u>	<u>215 374 \$</u>	<u>116 667 \$</u>	<u>117 883 \$</u>

En vertu de plusieurs baux de location de locaux et d'équipement, l'Office doit payer :

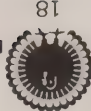
1992	82 921 \$
1993	45 941
1994	8 089
1995	8 089
1996	8 089
	<u>153 129 \$</u>

7. PÉNALITÉ DE SURPRODUCTION

Ces contributions représentent les montants attribués à l'Office à la suite de surproduction de dindon par certains des huit offices provinciaux de commercialisation du dindon. Ces fonds représentent les contributions de surproduction au cours de l'année 1990-1991. L'Office enregistre ces contributions de surproduction lorsque les fonds sont reçus et non sur des charges à payer. Ces fonds sont considérés comme actif potentiel jusqu'à ce qu'ils soient finalisés à cause de stipulations de force majeure, d'ajustements aux statistiques d'Agriculture Canada ou tout autre ajustement que l'Office considère justifié.

8. CHIFFRES COMPARATIFS

Les chiffres comparatifs de 1990 ont été répétés lorsque nécessaire, afin d'être en conformité avec la présentation de 1991.



L'office canadien de commercialisation du dindon

Notes aux états financiers

pour l'exercice terminé le 31 décembre 1991

1. CONVENTIONS COMPTABLES D'OPÉRATIONS

L'office canadien de commercialisation du dindon est un office constitué en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme (Canada) pour favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie fortes, efficaces et concurrentielles pour la commercialisation des dindons au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organismes sans but lucratif. Les pratiques sont les suivantes :

(a) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont capitalisées au prix d'acquisition. Toutes les dépenses de réparations et d'entretien sont rapportées dans l'année où elles-ci sont contractées.

(b) DÉPRÉCIATION

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode d'amortissement décroissant pour l'équipement de bureau à 20 % par année, 30 % par année pour l'ordinateur et l'automobile, et selon la méthode de l'amortissement linéaire pour toutes améliorations locatives pendant le terme de cinq ans.

2. PLACEMENTS À COURT TERME

Les placements à court terme consistent en :	1991	1990
Dépôts à court terme	274 352 \$	351 736 \$
Fonds marché monétaire, CIBC	119 790	109 870
	<u>394 142 \$</u>	<u>461 606 \$</u>

3. COMPTES À RECEVOIR

Les comptes à recevoir consistent en :	1991	1990
Redevances des producteurs	266 716 \$	380 752 \$
Intérêt couru	15 394	23 836
	<u>282 110 \$</u>	<u>404 588 \$</u>

4. DÉPENSES PRÉPAYÉES

Les dépenses prépayées consistent en :	1991	1990
Promotion	75 240 \$	86 369 \$
Assurance	3 062	2 909
Avance pour déplacement	0	258
Autre	46	1 241
	<u>78 348 \$</u>	<u>90 777 \$</u>

La promotion prépayée se rapporte à la campagne de 1992.



L'office canadien de commercialisation du dindon

Etat des dépenses

ANNEXE I

pour l'exercice terminé le 31 décembre 1991

1990	1991
8 313 \$	6 823 \$
36 078	29 187
300	28 883
35 253	18 819
6 600	6 600
16 113	16 350
33 974	35 914
3 295	3 513
16 801	15 148
806	806
5 533	19 116
4 455	13 091
43 258	43 324
0	5 551
69 477	70 039
972	929
281 228 \$	314 093 \$
320 433 \$	388 633 \$
47 275	52 037
45 667	62 090
413 375 \$	502 760 \$
229 515 \$	235 997 \$
67 558	71 093
19 572	22 694
1 083	1 196
317 728 \$	330 980 \$
20 203 \$	35 894 \$
0	65 000
0	39 699
13 000	53 401
10 815	12 182
283 396	525 964
327 414 \$	732 140 \$
27 727 \$	27 858 \$
11 521	10 948
3 780	3 055
43 028 \$	41 861 \$

AUTRES DÉPENSES ADMINISTRATIVES

Honoraires pour services professionnels
Commerces: Accord commercial Canada-E.-U./GATT.

Projets en contrat
Conseils extérieurs
Vérification
Téléphone
Fournitures et dépenses de bureau

Affranchissement et messagerie
Comité consultatif sur l'industrie

Assurance
Traductions
Frais divers d'administration
Amortissement

Etude informative de la direction
Loyer, taxes et électricité
Frais bancaires et intérêts

RÉMUNÉRATION DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

Salaire du personnel
Honoraires des directeurs
Avantages sociaux des employés

FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

Frais de voyage des directeurs et gérants d'offices
Frais de voyage du personnel
Salles de réunion
Assurances de voyage

CAMPAGNES DE VENTE

Expositions commerciales
Série vidéo "The Light Gourmet"
Livres de recettes

Manuel des services alimentaires
Dépenses diverses de promotion
Appui aux détaillants et consommateurs

RELATIONS PUBLIQUES

Plume
Rapport annuel
Dépenses diverses

Voir notes ci-jointes



L'office canadien de commercialisation du dindon

Etat des opérations

pour l'exercice terminé le 31 décembre 1991

1990	1991
2 017 430 \$	2 048 160 \$
67 634	67 167
2 085 064	2 115 327
DÉPENSES	
ADMINISTRATION	
Autres dépenses administratives (annexe 1)	
281 228	314 093
413 375	502 760
317 728	330 980
1 012 331	1 147 833
PROMOTION	
GÉNÉRAL	
Promotion aux hôtels, restaurants et institutions	
188 225	154 578
327 414	732 140
515 639	886 718
43 028	41 861
RELATIONS PUBLIQUES (annexe 1)	
MARKETING ET DÉVELOPPEMENT	
Etude du marché	
Comités de promotion	
Publicité dans les revues agricoles	
Fédération canadienne de l'agriculture	
64 763	64 052
7 048	5 547
19 058	20 026
22 807	25 188
81 939	56 602
195 615	171 415
754 282	1 099 994
1 766 613	2 247 827
318 451	(132 500)
139 148	68 711
PÉNALTÉS DE SURPRODUCTION (note 7)	
EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES	
(DES DÉPENSES SUR LES REVENUS) pour l'année	
457 599 \$	(63 789) \$

Voir notes ci-jointes



L'office canadien de commercialisation du dindon

État du solde du fonds

au 31 décembre 1991

1990	1991	
695 719 \$	1 153 318 \$	SOLDE DU FONDS, au début de l'exercice
457 599	(63 789)	EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES (DE DÉPENSES SUR LES REVENUS) pour l'année
1 153 318 \$	1 089 529 \$	SOLDE DU FONDS, à la fin de l'année

Voir notes ci-jointes

L'office canadien de commercialisation du dindon

au 31 décembre 1991

Bilan

Actif		Passif	
1990	1991		
	380 344 \$		162 082 \$
	394 142		162 082 \$
	282 110		162 082 \$
	78 348		162 082 \$
	1 134 944		1 089 529
	116 667		1 089 529
	1 251 611 \$		1 251 611 \$
	168 283 \$		168 283 \$
	461 606		168 283 \$
	404 588		168 283 \$
	90 777		168 283 \$
	1 125 254		1 125 254
	117 883		117 883
	1 243 137 \$		1 243 137 \$
			1 153 318
			1 153 318
			1 243 137 \$

Voir notes ci-jointes

Approuvé au nom du Conseil d'administration

Adrian de Graaf, Directeur

Robert Friesen, Directeur



L'office canadien de commercialisation du dindon

Etats financiers

pour l'exercice terminé le 31 décembre 1991

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux membres de
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

Nous avons vérifié le bilan de l'Office canadien de commercialisation du dindon au 31 décembre 1991, ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Ces états financiers sont la responsabilité de la direction de l'Office. Notre responsabilité est d'exprimer une opinion sur lesdits états financiers, basée sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes généralement reconnues. Ces normes stipulent que nous devons planifier et effectuer une vérification afin d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne contiennent aucune déclaration erronée. Une vérification inclut l'examen, par procédé de sondages, des preuves à l'appui des montants et des informations dans les états financiers. Une vérification comporte également l'évaluation des principes comptables appliqués et des estimations significatives faites par la direction, de même que l'évaluation de la présentation globale des états financiers.

À notre avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de l'Office au 31 décembre 1991, et les résultats de ses opérations pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus.

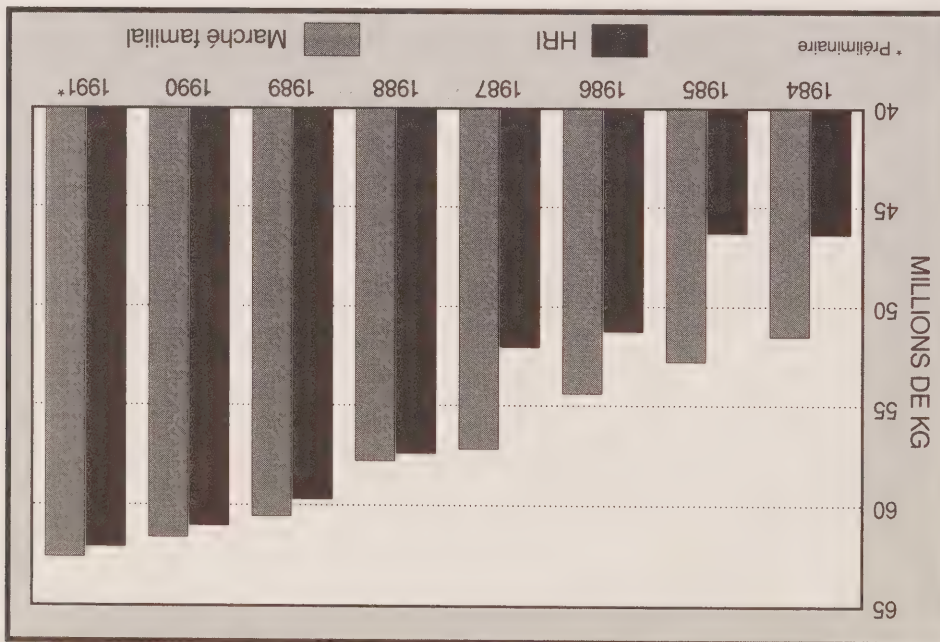
Robinson, Lott & Brohman

Robinson, Lott and Brohman
Comptables agréés

Guelph, Ontario
24 janvier 1992

Croissance du marché

Hôtel, Restaurant et Institution vs. Familial: 1984 à 1991



Production historique canadienne du dindon
(milliers de kilogrammes de dindon éviscéré)

Province	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Colombie-Britannique	7 895	9 113	8 351	9 949	10 444	7 260	8 610	8 914	8 782	9 209	9 422
Alberta	7 755	7 730	7 767	8 509	7 686	6 947	7 348	7 552	6 563	8 121	8 660
Saskatchewan	3 524	3 057	3 331	3 729	3 867	2 964	3 225	3 328	3 627	3 671	3 705
Manitoba	7 840	7 953	7 496	7 781	8 573	5 667	7 537	8 023	7 252	8 233	7 795
Ontario	41 163	38 798	36 659	39 016	41 808	37 149	40 151	40 929	39 270	45 302	42 053
Québec	22 810	26 289	23 724	27 162	28 068	19 982	20 398	22 048	20 312	23 966	23 863
Nouveau-Brunswick	468	252	196	329	670	594	972	1 088	1 026	1 072	1 045
Nouvelle-Ecosse	816	741	927	1 206	1 408	1 258	1 440	1 765	1 343	1 874	1 933
CANADA	92 271	93 933	88 451	97 681	102 524	81 821	89 681	93 647	88 175	101 448	98 476

Province	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991*
Colombie-Britannique	8 429	9 344	8 389	8 713	9 556	10 113	10 868	12 180	11 949	12 974	13 889
Alberta	7 723	7 623	7 734	8 457	8 417	8 442	9 687	9 745	9 519	11 364	11 427
Saskatchewan	3 338	3 785	3 709	3 780	3 838	3 994	4 336	4 305	4 428	5 066	4 768
Manitoba	7 267	7 751	7 337	7 331	7 847	8 044	8 551	8 879	8 922	9 878	9 660
Ontario	41 231	41 560	43 266	41 750	43 167	44 756	49 608	50 591	52 062	54 246	55 854
Québec	22 003	22 765	22 335	22 276	24 305	24 253	26 033	26 681	27 366	28 800	28 129
Nouveau-Brunswick	1 091	1 169	1 020	1 178	1 276	1 307	1 621	1 962	2 040	2 386	2 434
Nouvelle-Ecosse	1 725	1 667	1 872	1 588	1 767	2 109	2 876	3 074	3 124	3 349	3 556
CANADA	92 807	95 664	95 662	95 073	100 173	103 018	113 580	117 417	119 410	128 063	129 717

* Préliminaire

Approvisionnement et demande du marché

Production

Bien que les données préliminaires pour l'année 1991 indiquent que la production concordera avec le contingent attribué, la production totale a dépassé de 1,6 million de kilogrammes, soit 1,3 %, celle de 1990. La production de dindons de moins de 8 kg était inférieure de 1,9 million de kilogrammes, et celle de dindons de plus de 8 kg supérieure de 3,5 millions de kilogrammes.

Importations/exportations

L'importation de dindons vivants, essentiellement dans la catégorie de plus de 8 kg, et de viande désossée constituera encore la majorité des importations. En 1991, le produit importé moyennant des permis d'importations supplémentaires s'élevait à 45 358 kg (peau). Les exportations comportant essentiellement des pilons, ailes, et morceaux qui sont moins demandés, ont continué au même rythme que l'an dernier.

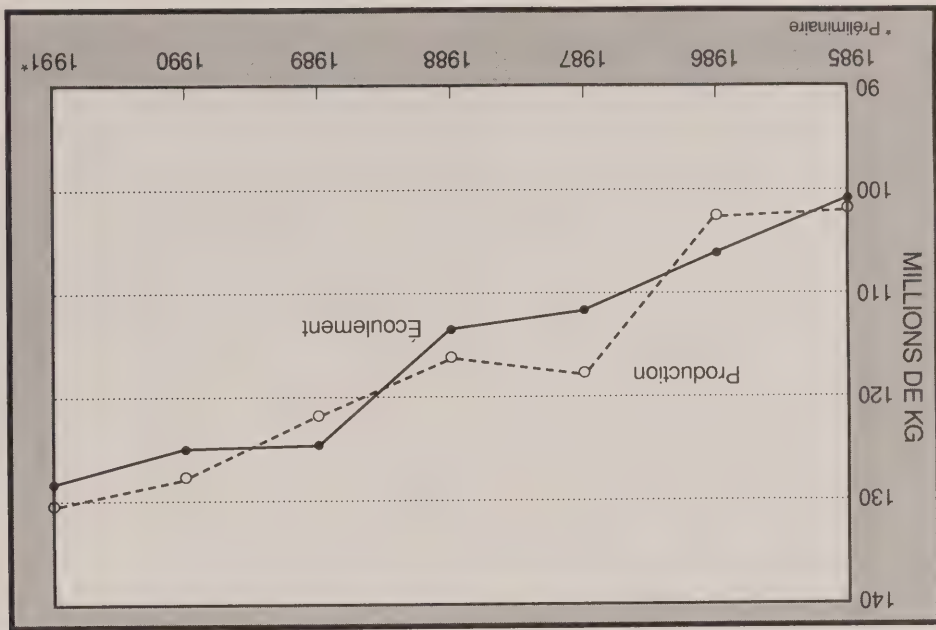
Approvisionnement total

Avec des stocks d'entreposage au 1er janvier dépassant les niveaux de l'année précédente et une augmentation de la production, l'approvisionnement de dindon en 1991 a dépassé de 4,8 millions de kilogrammes celui de 1990.

Écoulement

L'écoulement de dindons destinés à la vente aux consommateurs (dindons à griller et femelles), qui avait considérablement décliné l'année précédente, a montré un accroissement modeste de 1,25 %. Le rapide progrès dans la vente des produits à valeur ajoutée a quelque peu ralenti en 1991, résultant en une augmentation de seulement 3 % dans l'écoulement des dindons mâles.

Production et écoulement de dindon - 1985 à 1991



Classification

Du fait du changement de date d'année de production, qui s'écoule maintenant du 1er mai au 30 avril, les renseignements sur seulement deux périodes de l'année 1991/1992 sont actuellement disponibles. Bien que dans la première période, de mai à août, on ait enregistré un excès de l'objectif fixé de 2,6 millions de kilogrammes, la seconde période, de septembre à décembre, fut marquée d'une diminution de la production de 1,4 million de kilogrammes. Au total, il n'y eut aucune surproduction, et pour les deux périodes combinées, les buts ont généralement été atteints. En ce qui concerne les différentes catégories, la production des oiseaux de moins de 8 kg a été bien équilibrée; toutefois, la production totale de dindons mâles a dépassé l'objectif fixé d'environ 1 million de kilogrammes.

Prix du marché

Au total, l'écoulement des dindons en 1991 dépassa de 2,0 % celui de 1990. Compte tenu des forces négatives, telles que la récession, qui affectent le marché, le secteur du service alimentaire en particulier, nous sommes satisfaits de cette augmentation.

Les prix des dindons vivants ont décliné régulièrement durant la première moitié de l'année, mais sont restés assez stables durant la seconde moitié.

Dans la catégorie A, les prix de gros des dindons à griller et des femelles sont restés relativement stagnants jusqu'aux derniers mois de l'année, où ils ont montré des augmentations saisonnières modestes. Les prix des dindons mâles ont baissé durant la majeure partie de l'année, mais ont montré une certaine amélioration durant la saison des fêtes.

Communications/relations publiques

En février 1991, les membres de l'Office, reconnaissant la nécessité pour les années 1990 d'une information accrue et de liens plus étroits avec l'industrie, ont franchi la première étape dans la création de notre système intégré de gestion en formulant une déclaration de principe et en fixant des objectifs organisationnels. L'un des buts principaux de l'Office est de "promouvoir l'échange d'information et la collaboration entre les participants, les gouvernements et les consommateurs".

L'Office a chargé une personne responsable des communications pour intervenir auprès des organismes externes et surveiller les groupes d'intérêt spécial dont les activités peuvent avoir des implications pour l'industrie du dindon. Une attention particulière sera portée à la sécurité alimentaire, la protection animale et l'environnement. Une bibliothèque interne et un centre de ressources ont été documentés avec des données historiques et actuelles sur l'industrie, et seront amplifiés quand le SIG, actuellement au deuxième stade d'élaboration, sera entièrement en service.

Au cours des 12 mois écoulés, le bulletin trimestriel *Plume* a été un précieux auxiliaire pour tenir nos producteurs, les industries connexes et les gouvernements informés des implications du commerce international et de la révision de la politique agro-alimentaire intérieure. Des communiqués mensuels dans le magazine

accroissent encore l'information publiée dans *Plume*.

Projets pour 1992

La continuité est importante pour établir et maintenir la part de marché. L'an prochain, l'OCCD procédera à des activités similaires, au moyen de parrainages et de projets collectifs prônant les qualités nutritionnelles du dindon aux consommateurs, et encourageant son utilisation par les décisionnaires des hôtels, restaurants et institutions. Des programmes de soutien pour les offices provinciaux et l'industrie ont été approuvés, et le financement d'une autre série printanière de démonstrations en magasin a été inclus dans notre budget de 1992.

La promotion choc en magasin attire les consommateurs

En 1991, une nouvelle entreprise très réussie fut la démonstration en magasin durant le mois de mai dans tout le Canada. Les consommateurs furent informés des qualités nutritionnelles du dindon et purent voir et goûter la viande de dindon sous différentes formes, tout en faisant leurs provisions. Les transformateurs primaires et de second cycle ont profité de cette promotion financée par l'OCCD pour tester de nouveaux produits sur le marché et rappeler au public les produits existants. Les offices provinciaux de commercialisation du dindon ont coordonné le projet qui intéressait tous les transformateurs primaires et de second cycle, de même que les détaillants. Plus de 700 magasins dans tout le Canada y ont participé.



Le dindon, choix naturel pour les consommateurs dans les années 90

À mesure qu'augmente l'intérêt envers la nutrition parmi les consommateurs canadiens, l'importance relative des principaux groupes alimentaires évolue. La volaille, avec les fruits et les légumes frais, a pris davantage d'importance. La viande de dindon répond aux critères de bonne nutrition car elle est maigre, hypocalorique, faible en sodium et riche en protéines. Ces qualités, conjointement avec la disponibilité facile de nouveaux produits à valeur ajoutée, sont la motivation de la stratégie marchande de l'OCCD incitant à la consommation de cette viande tout au long de l'année, comme choix sain et nutritif.

La collaboration de l'industrie est la clé de la réussite

Les membres de l'OCCD ont recours au Comité consultatif sur le marketing, pour des avis experts et le suivi des entreprises. Les membres du Comité comprennent des représentants cadres des secteurs de transformation et d'alimentation générale. Le comité encourage les relations et le travail en collaboration entre les producteurs et les industries de post-production pour assurer la croissance du marché.

Le secteur des hôtels, restaurants et institutions procurant une stabilité suivie toute l'année pour le dindon, le Comité consultatif sur le marketing a désigné l'industrie de la restauration comme objectif d'initiatives de marketing plus directes de l'OCCD. L'appui de l'OCCD aux offices provinciaux de commercialisation du dindon et à l'industrie, pour leurs activités auprès du consommateur et du commerce de l'alimentation au détail, a animé l'enthousiasme et a fait naître de nouvelles possibilités.

Le marketing collectif étend les possibilités des H.R.I.

Les auxiliaires promotionnels de l'OCCD auprès du secteur des hôtels, restaurants et institutions sont le bulletin *Le dindon au menu du jour* et les salons de la restauration. Publié et distribué dans des magazines professionnels trois fois par an, le bulletin en couleurs comporte des recettes et d'attrayantes photos de mets à base de dindon, ainsi qu'une rubrique spéciale pour les institutions. Ce bulletin est également présenté, accompagné d'échantillons dégustation de mets à base de dindon, durant les sept principaux salons professionnels de la restauration dans tout le Canada chaque année. Le marketing collectif avec Borden-Cateill élargit considérablement la couverture du marché des services alimentaires par l'Office, à un coût très modique.



MANGER MIEUX – C'EST MEILLEUR
EAT WELL, LIVE WELL

M C de l'Association canadienne des diététistes
M C The Canadian Dietetic Association

Cette prestigieuse compagnie de grande envergure recommande le dindon et les pâtes comme "l'autre saine solution", dans les magazines spécialisés, et lors de plus de 30 salons de la restauration durant l'année. Le travail de Borden-Cateill en collaboration étroite avec l'Association des chefs de cuisine élargit encore la promotion du dindon. Les nouvelles ressources pour les H.R.I. publiées en 1991 comportaient 12 cartes-recettes à rendement calculé pour les collectivités, et un manuel destiné aux services alimentaires.

Les parrainages soutiennent "l'image saine"

En 1991, l'OCCD a parrainé la campagne du Mois national de la Nutrition de l'Association canadienne des diététistes, pour la troisième année consécutive. Des données sur le dindon et des recettes sont communiquées dans le cadre de la campagne de l'ACD pour améliorer la santé des Canadiens grâce à une bonne nutrition. L'OCCD a également financé un message télévisé de 90 secondes sur la nutrition, en collaboration avec ParticipAction Canada. De même, nous avons parrainé conjointement une série télévisée produite par la Société canadienne du cancer et la Fondation des maladies du cœur.

Nos parrainages pour le secteur H.R.I. incluaient l'Executive Chefs' Association, Foodservice Executives' Association, le concours "Taste of Canada" réservé aux élèves cuisiniers, et la Conférence de l'Association canadienne des diététistes. Les autres activités complétant le programme de marketing de 1991 comportaient des annonces télévisées de dix secondes, des affiches lumineuses dans les centres commerciaux et des annonces pleine page dans les magazines professionnels pour le commerce au détail.

Réceptivité suivie des politiques de l'OCCD

Le cadre des politiques de l'OCCD est basé sur cinq composantes majeures qui, conjointement, assurent que la commercialisation méthodique des dindons au moyen du système de contingence est à la mesure des réalités du marché. La révision des politiques est un mandat permanent, rempli officiellement au moyen de systèmes de monitoring internes et d'analyses par les comités. La révision officielle, au moyen de discussions entre les membres de l'Office et de consultations périodiques auprès de l'industrie, est tout aussi importante.

Tous les aspects de la révision ont montré que les politiques opérationnelles de l'Office continuent à être réceptives au marché et aux besoins de chaque secteur de l'industrie. En conséquence, aucun changement ne fut effectué durant l'année aux composantes des politiques de l'OCCD :

- i) Politique d'attributions provinciales;
- ii) Processus de classification des attributions provinciales;
- iii) Politique d'exportation;
- iv) Politique de reproduction primaire; et
- v) Politique de surcroît de multiplicateurs.

Développements additionnels

CHANGEMENT DE DATE : Tel qu'exposé en détail dans le Rapport annuel 1990, l'OCCD a changé la date de fin d'année de production qui s'écoule maintenant du 1^{er} mai au 30 avril et non du 1^{er} janvier au 31 décembre, l'année civile. Au 30 avril 1991, la transition était effectuée.

PROPOSITION D'ENTENTES CONTRACTUELLES :

En 1991, l'OCCD a continué à développer le cadre d'un système d'ententes contractuelles, reliant les ventes de dindons vivants aux besoins de viande de dindon du consommateur. Il est basé sur un mécanisme à deux niveaux de contrats entre producteurs/transformateurs primaires, et transformateurs primaires/transformatateurs de second cycle. Ce plan procure un autre auxiliaire au moyen duquel les secteurs peuvent collectivement répondre aux besoins du marché canadien.

Coût de production :

engagemnt/transparence/efficacité

GROUPE CONSULTATIF DE PRODUCTEURS

ENGAGEMENT : Les huit groupes de producteurs provinciaux de l'OCCD ont continué à rapporter, sur une base de "troupeau par troupeau", les coûts de l'alimentation, des dindonneaux et de l'énergie, durant toute l'année 1991. Il y a soixante producteurs présentant ces données par catégorie, pour assurer que le CDP reflète précisément les coûts de production. De plus, les renseignements sont utilisés pour déterminer les secteurs d'amélioration en vue des futures études de CDP. Cela a été d'une importance cruciale en 1991, compte tenu de la décision de l'Office d'actualiser le CDP selon les coûts de production de 1992.

Les membres du Groupe consultatif pour le premier cycle de cette nouvelle entreprise ont maintenant rempli leur engagement. Leur coopération a bien servi l'industrie.

ÉTUDE D'ACTUALISATION

TRANSPARENCE : En entreprenant une étude d'actualisation du CDP, les membres de l'Office ont nommé un Comité de transformation primaire et de second cycle, ainsi que de l'Association des consommateurs du Canada. Ces nominations, faites en réponse aux recommandations du Groupe de travail national sur la volaille, confirment la conviction de l'Office que la transparence dans l'élaboration du CDP est fondamentalement pour l'administration efficace du système de contingence. Procédant d'après l'unanimité absolue, le comité s'est réuni trois fois en 1991, pour prendre des décisions relatives à la structure de l'étude d'actualisation, au choix d'une tierce partie, au format de l'échantillon de l'enquête sur place, et aux considérations d'efficacité. L'étude commencera en janvier 1992.

EFFICACITÉ : À la mi-1989, l'OCCD a mis en œuvre un nouveau CDP basé sur le concept de ferme modèle. Ce développement incorporait des facteurs d'efficacité au-delà de ceux considérés dans les études sur place conventionnelles.

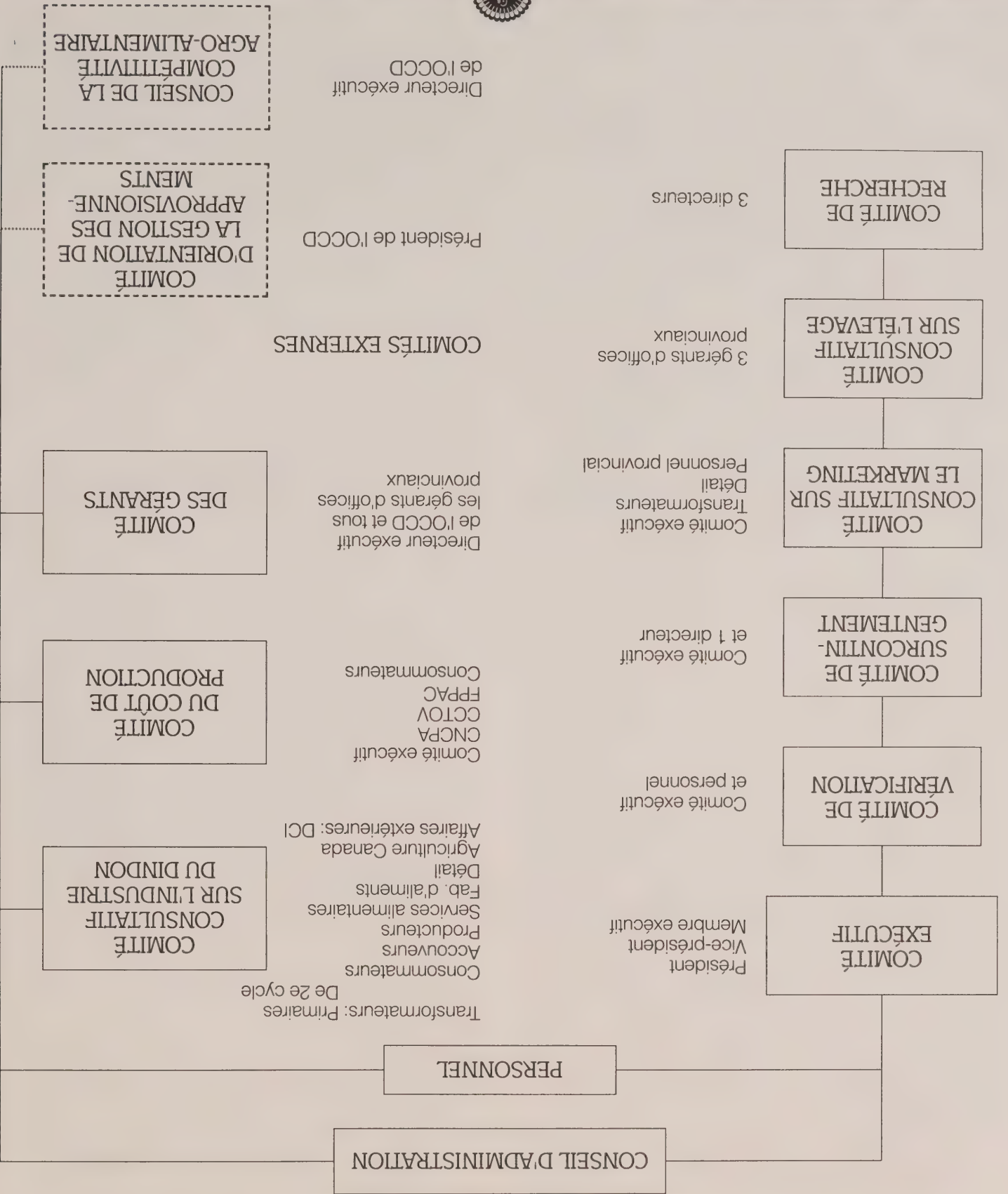
À la requête des membres, soutenue par l'examen des renseignements disponibles par le comité, l'étude d'actualisation de 1992 sera structurée pour actualiser l'âge des biens actifs et l'utilisation de l'énergie de la ferme modèle. Une analyse complète et une révision de la ferme modèle dans son intégralité seront entreprises dans la prochaine étude. L'actualisation de 1992 recueillera également, au moyen d'une enquête sur place, les coûts variables effectifs de 1991 d'après un échantillon aléatoire de producteurs statistiquement valide.

Un règlement d'efficacité, recommandé par le comité du CDP, et adopté à l'unanimité par les membres de l'Office, sera applicable aux résultats finaux de l'enquête sur place. L'énoncé final du CDP sera basé sur les 90 % de producteurs les plus efficaces ayant fait l'objet de l'enquête, selon les coûts variables totaux. Ensuite, le CDP sera ajusté annuellement pour refléter les gains d'efficacité escomptés à partir de l'année de l'enquête.

Perspective sur les politiques

L'Accord commercial Canada-E.-U., l'amélioration de la position concurrentielle, et l'incertitude planant sur les négociations du GATT, imposent des politiques opérationnelles valides et responsables. Conjointement avec la libre communication entre les différents secteurs de l'industrie du dindon et la transparence des opérations, l'actuelle base de politiques de l'OCCD décrite ci-dessus est la clé de l'avenir de l'industrie du dindon.





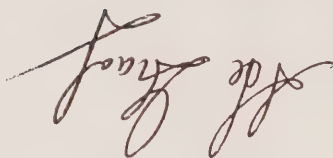
Rapport administratif

prolongée rend de plus en plus difficile pour les producteurs et les membres de l'industrie de garder leur attitude positive. L'avenir de notre industrie dépend de la tâche ardue et apparemment sans fin du processus politique "en bonne et due forme". L'empressement de nos dirigeants gouvernementaux à rester fermes sur la position du Canada est la clé de notre existence à long terme.

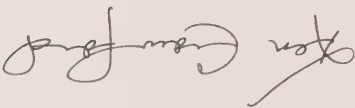
L'engagement et la vitalité de l'industrie du dindon sont solides. Ses participants défendent non seulement leurs propres intérêts, mais l'avenir du système agro-alimentaire canadien. Nous invitons les décisionnaires de tous les secteurs agricoles, de même que le gouvernement fédéral, à rivaliser d'enthousiasme avec nous dans cette lutte politique acharnée, pour la survivance de l'agriculture canadienne.

Nous désirons témoigner notre appréciation au Conseil d'administration de l'OCCD, au personnel, ainsi qu'à tous nos associés de l'industrie pour leur fidèle appui et leur dévouement.

Respectivement soumis,



Adrian de Graaf
Président



Ken Crawford
Directeur exécutif

et mondiaux. Sur une base de secteur par secteur, les effets de la tarification déplaceraient la production canadienne et la fabrication en conséquence de prix plus bas sur le marché des E.-U., quand l'importation constitue un avantage économique significatif, ou par suite de contrats à terme par des firmes canadiennes aux bas prix des E.-U. Tous les secteurs de l'industrie sentiront la répercussion de cet état de chose, mais il est hors de doute que les transformateurs primaires et les producteurs en particulier, seront les plus exposés aux risques déterminés par les conditions du marché des E.-U.

Les producteurs canadiens sont très conscients de cette situation et se sont alliés pour signifier clairement au gouvernement que leur gagne-pain est à la merci de ces pourparlers commerciaux. L'industrie agricole s'est accordée pour rappeler à la nation, avec une grande force de conviction, l'enjeu réel de cette entreprise. En Ontario seulement, un emploi sur dix est lié au système agro-alimentaire de la province, et dans les Prairies, on estime qu'un Canadien sur six travaille à un poste relié à l'industrie agro-alimentaire. Le sacrifice de l'industrie agricole pour faciliter un accord commercial menace le gagne-pain de tous ces travailleurs. Dans les provinces de l'Est, l'industrie du dindon pourrait radicalement disparaître.

L'OCCD et de nombreux organismes agricoles travaillent toujours étroitement avec le gouvernement pour assurer que la position canadienne soit établie dans l'accord final du GATT, mais une incertitude

La situation de l'industrie

Dans l'industrie du dindon, chaque année témoigne de nouvelles réussites et de réalisations accrues. Il semble que l'un des sentiments les plus fréquemment manifestés est que l'année écoulée a présenté de nombreux défis. Compte tenu de cette impression, nous pensons qu'il est probablement sage d'assumer que chaque année présentera de nouveaux défis à l'industrie du dindon. À cet égard, 1991 n'a pas fait exception. Pour de nombreuses raisons, l'agriculture a été le point d'intérêt focal, tant sur le plan intérieur qu'extérieur, la gestion des approvisionnements ayant reçu une part sans précédent de l'attention.

L'un des premiers défis de l'année fut de répondre aux "Recommandations pour le développement d'une seconde génération de système de gestion des approvisionnements", le rapport final déposé par le Groupe de travail sur la volaille. Bien que l'OCCD ne soit pas d'accord avec toutes les recommandations, nous convenons absolument que des mises au point devraient être apportées au système, et nous soutenons entièrement le concept d'amélioration de la compétitivité. Le fait qu'un grand nombre des recommandations faites par le Groupe de travail sur la volaille confirme l'orientation prise par l'OCCD depuis déjà un certain temps, fait honneur aux membres de l'Office.

Une actualisation du coût de production reflétant certaines de ces recommandations sera entreprise en 1992, basée sur les résultats de production de 1991. Au lieu de mesurer les coûts moyens, le CDP reflètera les dépenses pour un segment efficace du secteur de production. De plus, le Comité du CDP a été augmenté pour inclure des représentants des deux secteurs de transformation, ainsi que de l'Association des consommateurs.

Les négociations commerciales internationales ont occupé une place considérable dans le calendrier de l'OCCD en 1991. L'Accord commercial Canada/E.-U. entra dans sa troisième année et les négociations de l'Accord commercial trilatéral nord-américain ont commencé à prendre forme. Ces deux initiatives commerciales dépendent de l'issue finale du GATT. Un projet d'accord final par le GATT a été déposé en décembre et servira de base aux discussions en 1992.



Accord commercial Canada/E.-U.
Actuellement, les droits de douane sont réduits à 60 % du niveau de 1988, ce qui équivaut à des droits de 7,5 % sur la plupart des importations de dindon. Après consultation avec l'industrie, le gouvernement fédéral procédera avec les E.-U. au troisième round de négociations de réduction, pour mise en œuvre en 1993.

Accord commercial trilatéral nord-américain

En février 1991, le Canada décida de participer aux négociations de l'Accord commercial E.-U./Mexique. Les pourparlers ont commencé en juin, et les négociateurs espèrent parvenir à un accord dans les premiers mois de l'année 1992. Le souci du Canada est de protéger les avantages émanant de l'Accord commercial Canada/E.-U. Si ledit accord est renégocié pour inclure le Mexique, le Canada pourrait perdre les quelques avantages gagnés grâce à l'accord original. Dans le secteur de l'aviculture, notre principal souci concerne les normes d'hygiène et de sécurité alimentaire, quand un marché est conclu. Les normes canadiennes étant les plus hautes des trois pays, il serait malheureux de voir la qualité de nos produits sacrifiée pour faciliter un triple accord commercial.

GATT

L'épais nuage qui plane sur les questions commerciales est, bien entendu, le GATT. L'Accord Canada/E.-U. et l'Accord trilatéral seront tous deux assujettis aux règlements du GATT, une fois sa conclusion, mais les différends relatifs à l'agriculture ont été la pomme de discorde dans la conclusion d'un accord final. L'application pour les denrées d'approvisionnement réglementé est importante, car les propositions de changement à la protection frontalière figurant dans le texte du GATT affecteront négativement le fonctionnement du système de commercialisation méthodique du Canada.

Les changements proposés résultent d'un projet d'accord final déposé par Arthur Dunkel, président du GATT, le 20 décembre 1991. Selon les conditions proposées dans ce projet, la tarification remplacerait les actuelles restrictions quantitatives aux importations (Article XI:2(c)(i) du GATT) au moyen d'équivalents tarifaires basés sur les différences de prix intérieurs

Rapport administratif



Un autre facteur contribuant à renforcer notre conseil d'administration. Nous sommes heureux d'accueillir parmi nous Bill Thomson à titre de membre consultatif représentant le secteur de transformation. Sa présence est la preuve de l'atteinte d'un nouveau degré de coopération et de collaboration entre les secteurs de l'industrie du dindon. Nous encourageons de même l'addition d'un représentant du secteur de transformation de second cycle à notre conseil d'administration au cours de cette nouvelle année. La décision d'inclure des représentants de l'industrie au conseil d'administration de l'OCCD illustre clairement un empressément de la part des membres de l'Office à appliquer certaines recommandations du Groupe de travail sur la volaille présentées dans son rapport final publié en mars 1991.

En ce qui concerne la Révision de la politique agricole intérieure, nos membres sont également confiants dans la représentation de l'OCCD à deux comités externes très importants – le Conseil de la compétitivité agro-alimentaire et le Comité d'orientation de la gestion des approvisionnements. Le Conseil de la compétitivité agro-alimentaire fut proclamé par le ministre de l'Agriculture, M. Bill McKnight, dans les derniers mois de l'année, et est chargé d'assurer que la tâche du Groupe de travail sur la compétitivité se poursuive, ainsi que de promouvoir les développements de nouvelles méthodes novatrices pour accroître la compétitivité. Le Comité d'orientation de la gestion des approvisionnements a été institué pour faciliter la mise en oeuvre des recommandations des deux groupes de travail – sur la volaille et sur les produits laitiers.

Ces deux comités joueront un rôle important dans l'orientation future de l'industrie du dindon. Grâce à une représentation effective aux deux comités, l'OCCD est en excellente position pour contribuer à l'avenir du système agro-alimentaire canadien, et assurer que les mesures prises pour améliorer la compétitivité soient progressistes et applicables à l'industrie du dindon.

Suite

L'année 1991 restera gravée dans nos esprits comme l'année des trois "R" – récession, redéfinition et récidive. Le pays subit une période de marasme économique incroyablement difficile. Sur le plan économique et politique, l'OCCD redéfinit sa position et – l'industrie agricole se retrouve devant les mêmes problèmes qui l'ont assaillie durant de nombreuses années. Tous les membres de l'industrie du dindon ont collaboré activement durant 1991, joignant leurs efforts pour faire face à certaines des questions cruciales qui menacent l'avenir de l'agriculture.

Plutôt que de récapituler les événements de l'année dans ce Rapport administratif (le résumé de chaque aspect de l'Office figure dans d'autres chapitres du rapport), nous vous invitons à vous joindre à nous pour adresser des louanges chaleureuses à tous les secteurs de l'industrie du dindon, pour la résolution et le dévouement dont tous ses participants ont fait preuve en prenant des mesures pour assurer un avenir stable et prospère.

Nous sommes à l'aube d'une ère nouvelle. 1991 a apporté de remarquables changements, non seulement pour l'OCCD et ses membres, mais pour toute l'industrie du dindon. Notre point focal, notre message, notre but, sont aussi fermes et engagés qu'ils l'ont toujours été. Face à des défis économiques, politiques et sociaux naissants, l'industrie du dindon a fait preuve d'une grande énergie et d'une solide détermination pour en triompher.

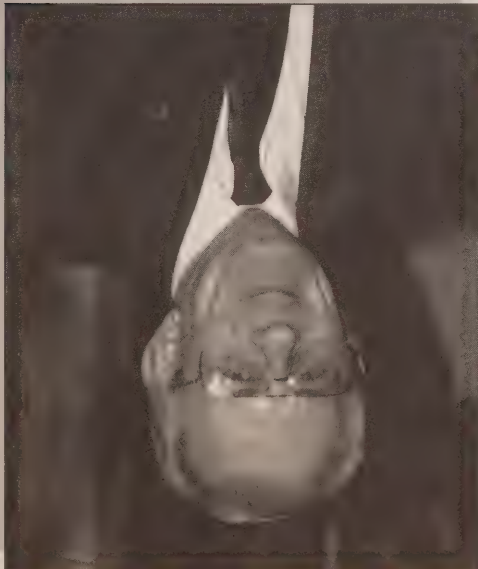
Les raisons de ce renouveau de vigueur sont nombreuses, la première étant la définition d'un mandat, d'une déclaration de principe et d'objectifs, que vous avez pu noter à la page précédente. Ce mandat donne à l'Office et à l'industrie une nette mise au point, une ligne progressiste à suivre pour accroître l'efficacité et la compétitivité.

Afin de procurer l'administration effective pour suivre cette nouvelle orientation, le bureau de l'OCCD a été restructuré au début de l'année et comporte maintenant trois divisions: Services des règlements et des politiques, Services du marché et des enseignements, et Services administratifs. De même, un économiste analyste des politiques, une responsable des communications, et un directeur des Services du marché et des enseignements se sont joints au personnel, complétant ainsi une équipe hautement compétente.

Conseil d'administration	
Président	M. Adrian de Graaf
Vice-président	M. Robert Friesen
Membre exécutif	Mr. Brent Montgomery
Directeur	M. Sandy McCurrach
Directeur	M. Dale Enarson
Directeur	M. Jack Rynsburger
Directeur	M. Art Roder
Directeur	M. Bertin Cyr
Directeur	M. Wm. Thomson
	Nouvelle-Écosse
	Manitoba
	Québec
	Colombie-Britannique
	Alberta
	Saskatchewan
	Ontario
	Nouveau-Brunswick
	Conseiller sur l'industrie

Conseil d'administration

KEN CRAWFORD, Directeur exécutif

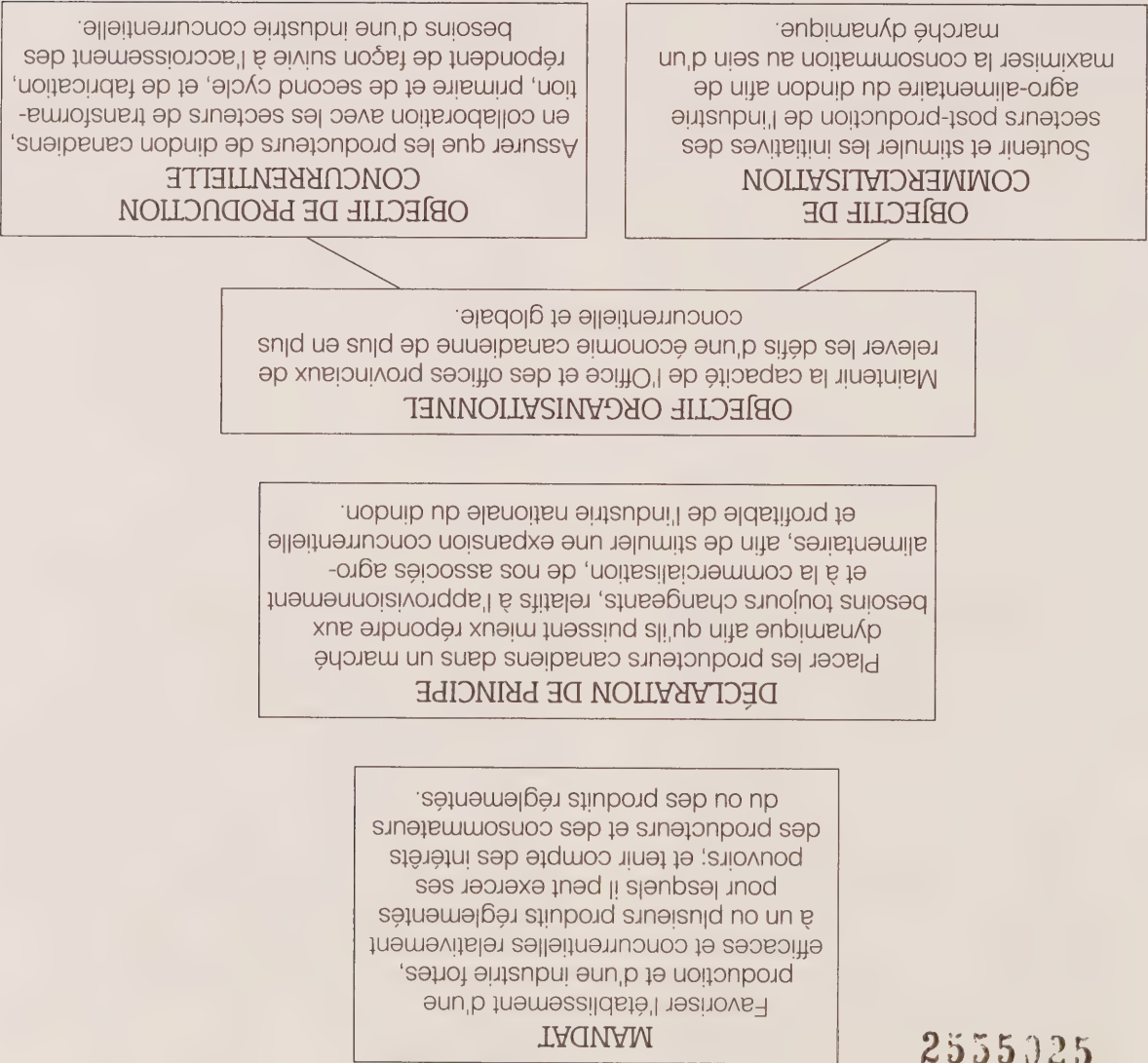


ADRIAN DE GRAAF, President





Le DIX-HUITIÈME RAPPORT ANNUEL
de
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
est préparé pour présentation au
Ministre fédéral de l'agriculture,
au Conseil national de commercialisation des produits agricoles,
et à la dix-huitième assemblée annuelle des membres de l'OCCD,
mercredi 18 mars, 1992
Ottawa, Ontario



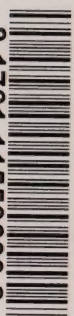
5205552

RAPPORT ANNUEL
1991



L'OFFICE CANADIEN
DE COMMERCIALISATION
DU DINDON

JAN 27 1993



3 1761 11550600 8